

PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, LEVERAGE DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (STUDI PADA PERUSAHAAN PERBANKAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2016-2018)

Devi Rahmania¹, Ratna Wijayanti Daniar Paramita², Fetri Setyo Liyundira³

STIE Widya Gama Lumajang¹²³

Email: devirahmania@gmail.com

INFO ARTIKEL

Volume 3

Nomor 1

Bulan September

Tahun 2020

Halaman 33-37

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh bukti empiris dan menguji pengaruh corporate social responsibility, leverage, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dimana populasi atau sampel dianalisis untuk menguji hipotesis. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder dimana data diolah dari data publikasi. Hasil pengujian menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan berbeda dengan leverage dan profitabilitas tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan tanggung jawab sosial perusahaan mempunyai peran penting bagi suatu perusahaan khususnya perbankan yang berhubungan langsung dengan masyarakat dalam meningkatkan nilai perusahaan, berbeda dengan leverage dalam penelitian ini hasil data perusahaan sampel yang bernilai tinggi sehingga terdapat. Tidak ada pengaruh yang signifikan serta profitabilitas terhadap hasil data perusahaan sampel nilai laba dalam perusahaan cukup rendah sehingga profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: Nilai Perusahaan, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas

ABSTRACT

The purpose of this study is to obtain empirical evidence and to examine the effect of corporate social responsibility, leverage, and profitability on firm value in banking companies listed on the BEI. This type of research is quantitative research where the population or sample is analyzed to test the hypothesis. The type of data used is secondary data where data is processed from publication data. The test results state that corporate social responsibility affects the value of the company and different from leverage and profitability does not affect the value of the company. This is because that corporate social responsibility has an important role for a company, especially banking that is directly related to the community in increasing company value, in contrast to the leverage in this study the results of data on high-value sample companies so there is no significant influence, as well as profitability, on the results of company data on the sample the value of profit in the company is fairly low therefore profitability does not significantly influence the value of the company.

Keywords: Firm value, Corporate Social Responsibility, Leverage and Profitability

PENDAHULUAN

Perusahaan dalam perkembangan jangka panjangnya selalu berusaha untuk mempertahankan keunggulan bisnisnya dalam meningkatkan nilai perusahaan. Optimalisasi nilai perusahaan yang merupakan tujuan perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan fungsi manajemen keuangan, dimana satu keputusan keuangan yang diambil akan memengaruhi keputusan keuangan lainnya dan berdampak pada nilai perusahaan. Secara normatif tujuan keputusan keuangan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan atau memaksimalkan kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan adalah harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan dijual. Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh pemilik perusahaan (Wiagustini, 2010:8). Terkait hal ini seorang manajer perusahaan selalu menginginkan perusahaannya mendapatkan laba yang tinggi sehingga dapat meningkatkan nilai kepercayaan publik terhadap perusahaan. Meningkatnya nilai suatu perusahaan atau kepercayaan publik terhadap perusahaan dapat ditandai juga dengan naiknya harga saham di pasar. Sedangkan penjelasan mengenai nilai perusahaan itu sendiri adalah suatu tolak ukur bagi para investor untuk menanamkan saham. Hal ini dikarenakan nilai perusahaan merupakan gambaran mengenai seberapa baik atau buruk manajemen mengelola kekayaannya, bisa dilihat dari pengukuran kinerja keuangan yang diperoleh.

Menurut Maharani (2015) perusahaan saling bersaing dalam upaya meningkatkan daya saing di berbagai sektor untuk dapat memperoleh laba semaksimal mungkin, sehingga dapat menarik minat investor untuk berinvestasi. Oleh sebab itu maka nilai perusahaan menjadi sangat penting untuk mencerminkan kinerja perusahaan sehingga dapat mempengaruhi pandangan investor terhadap perusahaan. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi tingkat kemakmuran dari pemegang saham (Senda, 2013). Oleh karena itu peningkatan nilai perusahaan yang tinggi merupakan tujuan jangka panjang yang dicapai perusahaan, karena penilaian investor terhadap nilai perusahaan dapat diamati melalui harga saham perusahaan. Perusahaan yang dikelola secara strategis pada umumnya memiliki tujuan laba, biasanya dinyatakan dalam bentuk laba persaham. Salah satu alat terpenting untuk menilai kekuatan dari suatu perusahaan adalah analisis keuangan, akan tetapi analisis ini tidak dapat secara otomatis dapat dijadikan asumsi untuk menilai kekuatan suatu organisasi, ada pendekatan lain yang tidak kalah penting dalam meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan perbankan adalah salah satu industri yang ikut berperan serta dalam pasar modal, disamping industri lainnya seperti industri manufaktur, pertanian, perkembangan, properti dan lain-lain. Perusahaan perbankan merupakan lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara keuangan (financial intermediary), selain itu perusahaan perbankan juga sebagai lembaga yang memperlancar lalu lintas pembayaran. (Purnamasari, 2016).

Bank dalam menjalankan usahanya menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dalam berbagai alternatif investasi. Sehubungan dengan fungsi penghimpunan dana ini, bank sering pula disebut lembaga kepercayaan. Sejalan dengan karakteristik usahanya tersebut, maka bank merupakan suatu segmen usaha yang kegiatannya banyak diatur oleh pemerintah (Siamat, 2005:275). Pada dasarnya bank sebagai lembaga intermediasi sering digunakan sebagai sarana atau sasaran untuk memperkaya diri sendiri, keluarga, atau kelompok tertentu secara melawan hukum yang pada akhirnya dapat mengakibatkan bank mengalami permasalahan struktural. Perbuatan tersebut dapat dilakukan baik oleh komisaris, direksi, pegawai, pihak terafiliasi, pemilik atau pemegang saham bank, atau pihak lain sehingga dapat menyebabkan turunnya tingkat kepercayaan masyarakat (distrust) terhadap sistem perbankan. (beritabeta, 2019). Meski mencatat pertumbuhan rasio profitabilitas yang minimalis, pengelola bank besar masih optimis bisa mencapai target profitabilitas sampai akhir tahun. BCA berusaha mempertahankan rasio profitabilitas (ROA) sampai akhir 2018 sebesar 3,86 persen. Jan Hendra, Sekretaris Perusahaan BCA mencatat ROA sampai kuartal ke-3 2018 sebesar 3,86% atau naik 3 bps dibandingkan periode sama 2017 3,83 persen. "RoA merupakan hasil dari bauran penempatan aset yang ada," kata Jan, Senin (5/11). Penempatan dan optimalisasi aset ini akan dilakukan pengelola BCA dengan mempertimbangkan faktor seperti risiko dan kecukupan likuiditas. Sedang Bank BNI sudah menyiapkan strategi untuk menjaga rasio profitabilitas. Caranya adalah mengimplementasikan beberapa strategi ekspansi secara selektif pada aset yang memiliki yield atau imbal hasil yang tinggi. (Tribun manado, 2018). Melihat dari beberapa pendapat dan latar belakang diatas dan beberapa kasus yang telah terjadi pada perusahaan perbankan yang dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan, maka terdapat hal yang harus dibahas secara mendalam pada nilai perusahaan dengan menggunakan beberapa faktor yaitu corporate social responsibility, leverage dan Profitabilitas

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif artinya metode penelitian yang berlandaskan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data statistik dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiono, 2017:23). Metode pengumpulan data yang digunakan adalah menggunakan metode dokumentasi. Dokumentasi ialah kegiatan mengumpulkan data yang dilakukan melalui penelusuran dokumen,

teknik ini dilakukan dengan memanfaatkan dokumen – dokumen tertulis, gambar, foto atau benda lainnya yang berkaitan dengan yang diteliti (Widodo, 2017:75). Penelitian ini yaitu data sekunder yang berupa Laporan Keuangan perusahaan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016 – 2018.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Corporate Social Responcibility Terhadap Nilai Perusahaan

Corporate social responsibility berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan corporate social responsibility memiliki peranan penting dalam menunjukkan kualitas perusahaan kepada investor untuk menilai sebuah kualitas baik buruknya perusahaan, oleh karena itu perusahaan berusaha untuk menunjukkan hasil tersebut tidak hanya beroperasi demi kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi stakeholdernya yaitu masyarakat, tenaga kerja, supplier dan pihak lainnya. Niat ini ditunjukkan melalui program-program seperti tanggung jawab sosial dimana diharapkan mampu menciptakan kepuasan bagi semua pihak tidak hanya perusahaan sendiri. Kepuasan dari pihak lain akan memberikan balasan-balasan tertentu yang mampu meningkatkan nilai perusahaan.

Investor pun tidak akan berpikir kedua kali melihat hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan lingkungan dan sosialnya sehingga berusaha mendapatkan saham dari perusahaan tersebut yang akan meningkatkan nilai perusahaan. Pada data perusahaan yang terlampir bahwa tingkat hasil pengungkapan perusahaan dikategorikan sebagai tingkat data yang merata sehingga hal ini menyebabkan tingkat signifikan pada nilai perusahaan juga tinggi. Penelitian ini didukung oleh Komag Fridagustina Adbantara (2013) hasil penelitiannya adalah corporate social responcibility berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan hal ini karena CSR merupakan komponen terpenting pada perusahaan karena dengan adanya CSR bisa meningkatkan kualitas sebuah perusahaan.

Hasil penelitian ini berbeda dengan yang dilakukan oleh (Kusumadilaga, 2010) yang menyatakan bahwa variabel CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena investor akan menangkap signal positif atas peningkatan setiap kepedulian sosial yang diungkapkan perusahaan. Pada penelitian ini penngaruhnya tidak signifikan, hal ini berarti investor melihat tanggung jawab sosial perusahaan secara positif, namun tidak menjadikan pengungkapan ini sebagai dasar pengambilan keputusan investasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa besar kecilnya luas pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan, tidak dapat mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan. Karena sebagian besar perusahaan hanya berfokus pada faktor keuangan. Perusahaan kurang peduli terhadap faktor lingkungan dan sosial, terbukti dengan pengungkapan yang dilakukan perusahaan masih jauh dari standar yang telah ditetapkan. Dan juga dibuktikan dengan tidak konsistennya perusahaan dalam setiap periode untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaannya kepada masyarakat dan pemangku kepentingan. Namun dalam penelitian ini mengalami tingkat signifikan antara corporate social responcibility terhadap nilai perusahaan namun berpengaruh secara negative.

Oleh karena itu hal ini mengalami perbedaan pada penelitian yang dilakukan oleh (Kusumadilaga, 2010) yang memberikan hal positif terhadap tanggung jawab positif akan tetapi tidak menjadikan pengungkapan corporate social responcibility sebagai dasar keputusan dalam pengelolaan tingkat nilai perusahaan.

Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan

Leverage berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Pada penelitian ini arah hubungan bernilai positif namun tidak signifikan karena bahwa ketika DER suatu perusahaan meningkat maka nilai perusahaan akan menurun dikarenakan perusahaan banyak melakukan pembiayaan dengan hutang hal tersebut menyebabkan tidak sehat karena dapat menurunkan laba. Kelebihan hutang pada data yang sudah terlampir menyebabkan tidak signifikan pada nilai perusahaan.

Data pada yang terlampir nominal rasio hutang pada perusahaan tinggi sehingga tingkat signifikan pada nilai perusahaan rendah. Hal ini juga menunjukkan bahwa perusahaan yang mempunyai hutang atau kewajiban lebih besar menyebabkan tidak direspon oleh pasar atau bahkan tidak diminati oleh investor. Karena investor cenderung akan berkonsentrasi terhadap perusahaan yang memberikan return yang besar daripada kemampuan membayar kewajiban. Pada penelitian ini didukung oleh Putu Mikhy Novari (2016) pada hasil penelitiannya leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan disebabkan karena perusahaan mendanai aktivitasnya cenderung menggunakan modal sendiri (internal financing) yang berasal dari laba ditahan dan modal saham daripada menggunakan hutang.

Kecukupan dana yang dimiliki perusahaan untuk membiayai aktivitasnya yang diperoleh dari modal sendiri membuat perusahaan mengurangi proposi hutangnya. Penggunaan hutang yang berlebihan akan mengurangi manfaat yang diterima atas penggunaan hutang karena manfaat yang diterima tidak sebanding dengan biaya yang ditimbulkan, sehingga proposi hutang yang rendah dapat meningkatkan nilai perusahaan dan sebaliknya apabila proposi peningkatan hutang semakin tinggi maka akan menurunkan nilai perusahaan. Pada penelitian yang dilakukan Putu Mikhy Novari (2016) cenderung tinggi oleh karena itu leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hal ini bertentangan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Sujoko dan Soebianto, 2007; Susanti, 2010) yang menemukan hasil bahwa leverage mempunyai hubungan negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya semakin tinggi leverage suatu perusahaan maka nilai perusahaannya akan turun dikarenakan adanya biaya tetap berupa bunga yang harus ditanggung oleh perusahaan terkait keputusan penggunaan hutang dalam sumber pendanaannya, sehingga investor menangkap ini sebagai sinyal negatif.

Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Rasio profitabilitas yang dipakai dalam penelitian ini adalah return on assets (ROA) yaitu sebagai alat analisis utama dalam indikator penilaian kinerja. ROA yang rendah merupakan sinyal negatif bagi investor untuk memprediksi bahwa perusahaan dikemudian hari dalam kondisi yang menguntungkan. Semakin rendah laba yang dihasilkan perusahaan maka nilai perusahaan juga akan menurun. Hal ini juga tidak sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa profitabilitas menjadi sebuah daya tarik bagi seorang investor dalam berinvestasi. Dengan ditolaknya variabel ini karena profitabilitas yang diukur dengan menggunakan ROA tidak menjadi sebuah acuan dalam berinvestasi. Investor kurang memandang profitabilitas yang diukur dengan ROA karena menjelaskan seberapa besar tingkat pengembalian asset terhadap investor. Dalam hal ini para investor lebih memfokuskan disisi lain dalam berinvestasi seperti daya tingkat pengembalian saham dalam investasi, oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa profitabilitas tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Dan dapat dilihat dari data yang telah terlampir bahwa nilai profitabilitas pada perusahaan perbankan sangat kecil itu artinya laba yang diperoleh dari 3 periode mengalami sebuah penurunan atau nilai profit yang rendah.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian Jantana (2013), Nopiyanti dan Darmayanti (2016), serta Suranto, et al. (2017) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Semakin baik profitabilitas maka kinerja keuangan perusahaan dikatakan baik, yang berakibat pada naiknya harga saham perusahaan, sehingga harga saham dan jumlah saham yang beredar akan mempengaruhi naiknya nilai perusahaan. Dalam hasil riset penelitian yang dilakukan oleh Jantana memiliki perbedaan dengan penelitian ini. Terkait hal tersebut penelitian ini memiliki nilai hasil riset yang sangat rendah sehingga dapat mempengaruhi tingkat laba dan nilai perusahaan rendah hal ini disebabkan karena tingkat pendapatan dan sampel perusahaan dalam perusahaan ini sangat rendah oleh karena itu tingkat pengaruh signifikan juga rendah berbeda dengan yang riset yang dilakukan Jantana (2013), Nopiyanti dan Darmayanti (2016), serta Suranto, et al. (2017) pada penelitian tersebut menilai positif dan signifikan dikarenakan faktor kinerja keuangan perusahaan dalam kategori membaik sehingga banyak saham yang beredar dan menarik para investor

KESIMPULAN

Berdasarkan perumusan masalah, tujuan dan hipotesis peneliti serta pembahasan hasil penelitian yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut: Corporate social responsibility berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berpengaruhnya corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan disebabkan karena sebuah tanggung jawab yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk menghasilkan tingkat nilai perusahaan yang tinggi, dengan adanya corporate social responsibility program-program perusahaan tidak hanya untuk kepentingan sendiri namun memberikan manfaat untuk stekholdernya. Leverage berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan tingkat kewajiban pada perusahaan bernilai tinggi sehingga berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dengan hal tersebut maka para investor tidak berminat berinvestasi karena kecenderungan akan perusahaan yang memberikan return yang besar dibandingkan dengan membayar kewajiban. Profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan hal ini dikarenakan tingkat profit pada perusahaan sangat rendah, hal ini mempengaruhi tingkat kualitas nilai perusahaan, dengan adanya pengaruh tersebut maka dapat mempengaruhi daya tarik investor untuk diinvestasi karena tingkat profit pada perusahaan sangat rendah bisa menjadi pertimbangan para investor untuk tidak menanamkan saham pada perusahaan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Sartono. (2010). *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Edisi 4. BPFE Yogyakarta
- Andreas, Desmiyawati, dkk. (2015). *The Effect of Firm Size, Media Exposure and Industry Sensitivity to Corporate Social Responsibility Disclosure and its Impact on Investor Reaction*. International Conference on Accounting Studies (ICAS) 2015 Johor Bahru, Johor, Malaysia.
- Andreas, Lako. (2011). *Dekonstruksi CSR dan Reformasi Paradigma Bisnis dan Akuntansi*. Jakarta. Erlangga.
- Atmaja, Lukas Setia. (2008). *Manajemen Keuangan (Edisi Revisi)*. Yogyakarta: Andi.
- Brigham, Eugene F dan Joel F. Houston. (2010). *Dasar Dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Caroline, J dan Agaton, E. (2010). "Analisis Pengaruh Likuiditas, Leverage, Profitabilitas, Ukuran Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Kebijakan Jumlah Pembagian Dividen Tunai Yang Didistribusikan pada Perusahaan Manufaktur Yang terdaftar Di Bursa Efek Indonesia". Jakarta Universitas Atmajaya.

- Chen, C.Y., Lin, C.J., & Lin, Y.C. (2008). Audit Partner Tenure, Audit Firm Tenure, and Discretionary Accruals: Does Long Auditor Tenure Impair Earning Quality. *Contemporary Accounting Research*, vol. 25, no. 2, 415-445
- Darsono dan Ashari. (2004). *Pedoman Praktis Memahami Laporan Keuangan*. Andi: Yogyakarta.
- Dewi dan Wirajaya. (2013). *Pengaruh Struktur Modal Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Pada Nilai Perusahaan*. Bali
- Ebert, Ronald J dan Ricky W. Griffin (2003), *Bisnis*, Edisi 6, Jakarta: Prenhallindo.
- Fahmi, Irham. (2014). *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Jakarta : Mitra Wacana Media
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gray, R., Owen, D. dan Maunders, K. (2001). *Corporate Social Reporting: Accounting and Accountability*. London: Prentice-Hall.
- Haniffa, R.M, dan T.E. Cooke (2005), "The Impact of Culture and Governance on Corporate Social Reporting". *Journal of Accounting and Public Policy* 24, pp. 391- 430.
- Harahap, (2007), *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*, edisi Pertama, cetakan ketiga, Penerbit : Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Harmono. (2009). *Manajemen Keuangan Berbasis Balanced Scorecard (Pendekatan Teori, Haribowo, I. (2013). Solvabilitas, Profitabilitas Terhadap Opini Audit Going Concern (Studi Perbankan Syariah Di Asia). STAR – Study & Accounting Reseach, X(3), 51–67. Kasus, dan Riset Bisnis). Jakarta: Bumi Aksara.*
- Hery, (2016). *Analisis Laporan Keuangan Integrated And Comprehensive Edition*. Jakarta: PT Gramedia.
- Horne, John, Wachowicz, Jr. (2005). *Prinsip-prinsip Manajemen Keuangan*, terjemahan Heru Sutojo, Jakarta: Salemba Empat.
- Ikatan Akuntan Indonesia. (2015). *Standar Akuntan Keuangan*. Jakarta : Salemba Empat.
- Jantana, Indra. 2013. *Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Sub-Sektor Rokok di BEI Tahun 2007-2011*. Skripsi. Universitas Lampung.
- Joened dan Damayanthi. (2016). *Pengaruh Komisaris Opini Auditor, Profitabilitas dan Reputasi Auditor pada timeliness of financial repoting*. Bali
- Kasmir. (2009) "Analisis Laporan Keuangan". Jakarta: Rajawali Pers.
- Kotler, Philip and Nancy Lee. (2005). *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. New Jersey: John Wiley & Sons
- Kotler, Philip and Nancy Lee. (2005). *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. New Jersey: John Wiley & Sons