

PENGARUH KINERJA KEUANGAN DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA BANK GO PUBLIC YANG TERDAFTAR DI BEI

Wahyu Ardimas¹ dan Wardoyo²

Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma, Jakarta
Jl. Margonda Raya 100 Depok 16424
HP: 08159942991

¹ardimas.wahyu@gmail.com

²wardoyo@staff.gunadarma.ac.id

Abstract : *The purpose of this study was to analyze the effect of corporate social responsibility (CSR) and financial performance on the firm value. The research object is the entire banking companies go public, amounting to 29 banks, but based on the completeness of the data it is only 22 banks sampled by the observation period 2008-2010. The independent variables are corporate performance (Return On Assets, Return on Equity, Operating Profit Margin, and Net profit Margin), and Corporate Responsibility Social, while the dependent variable is the firm value (Price Book Value). Data analysis consisted of multiple linear regression. The results of this study showed that the ROA and ROE have a significant effect on firm value, while OPM, NPM, CSR does not have a significant effect on firm value.*

Keywords : *firm value, ROA, ROE, OPM, NPM, corporate social responsibility*

Abstrak: *Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh corporate social responsibility (CSR), dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. Obyek penelitian adalah seluruh perusahaan perbankan go public yang berjumlah 29 bank, namun berdasarkan kelengkapan data maka hanya 22 bank yang menjadi sampel dengan periode pengamatan 2008 - 2010. Variabel independen adalah kinerja perusahaan (return on assets, return on equity, Operating Profit Margin, Net Profit Margin), dan Corporate Social Responsibility, sedangkan variabel dependennya nilai perusahaan (Price Book Value). Analisis data yang digunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ROA dan ROE memiliki pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan OPM, NPM, dan CSR tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.*

Kata kunci : *nilai perusahaan, ROA, ROE, OPM, NPM, corporate social responsibility.*

PENDAHULUAN

Tujuan didirikannya suatu perusahaan, namun yang menjadi alasan utama adalah untuk mendapatkan laba yang sebesar-besarnya atau mencapai tingkat keuntungan yang maksimal. Keberhasilan mencapai tujuan utama tersebut tentunya akan membawa pengaruh terhadap kemakmuran pemilik perusahaan atau para

pemegang saham. Pada dasarnya, setiap perusahaan memiliki tujuan utama, yaitu untuk memperoleh laba yang maksimal. Pada era globalisasi ini, persaingan antar perusahaan yang semakin ketat, menuntut perusahaan untuk menghadapi dan mengantisipasi segala situasi agar mampu bertahan dan tetap maju di tengah situasi tersebut, khususnya dalam rangka pencapaian tujuan utama perusahaan tersebut (Chandra, 2010).

Tujuan lain dari pendirian suatu perusahaan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan tersebut dimana dapat tercerminkan oleh harga sahamnya. Setiap perusahaan tentunya menginginkan nilai perusahaan yang tinggi sebab hal tersebut juga secara tidak langsung menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kemakmuran bagi para pemegang saham, sehingga para pemegang saham akan menginvestasikan modalnya kepada perusahaan tersebut (Haruman, 2008). Nilai perusahaan menggambarkan seberapa baik atau buruk manajemen mengelola kekayaannya, hal ini bisa dilihat dari pengukuran kinerja keuangan yang diperoleh. Suatu perusahaan akan berusaha untuk memaksimalkan nilai perusahaannya. Peningkatan nilai perusahaan biasanya ditandai dengan naiknya harga saham di pasar (Rahayu, 2010).

Menurut Zuredah (2010) pengukuran kinerja keuangan merupakan salah satu faktor yang sangat penting perusahaan, karena pengukuran tersebut digunakan sebagai dasar untuk menyusun sistem imbalan dalam perusahaan, yang dapat mempengaruhi perilaku pengambilan keputusan dalam perusahaan dan memberikan informasi yang berguna dalam membuat keputusan yang penting mengenai aset yang digunakan untuk membuat keputusan yang menyalurkan kepentingan perusahaan.

Penelitian mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan telah banyak dilakukan diantaranya adalah dilakukan oleh Yuniasih dan Wirakusuma (2007). Teori yang mendasari penelitian-penelitian tersebut adalah semakin tinggi kinerja keuangan yang biasanya diproksikan dengan rasio keuangan, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Melalui rasio-rasio keuangan tersebut dapat dilihat seberapa berhasilnya manajemen perusahaan mengelola aset dan modal yang dimilikinya untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan biasanya menggunakan analisis rasio keuangan. Rasio-rasio itu antara lain *Return On Asset* (ROA), *Return On Equity* (ROE), *Operating Profit Margin* (OPM), dan *Net Profit Margin* (NPM) merupakan contoh indikator yang lazim atau sering digunakan oleh para peneliti untuk meni-

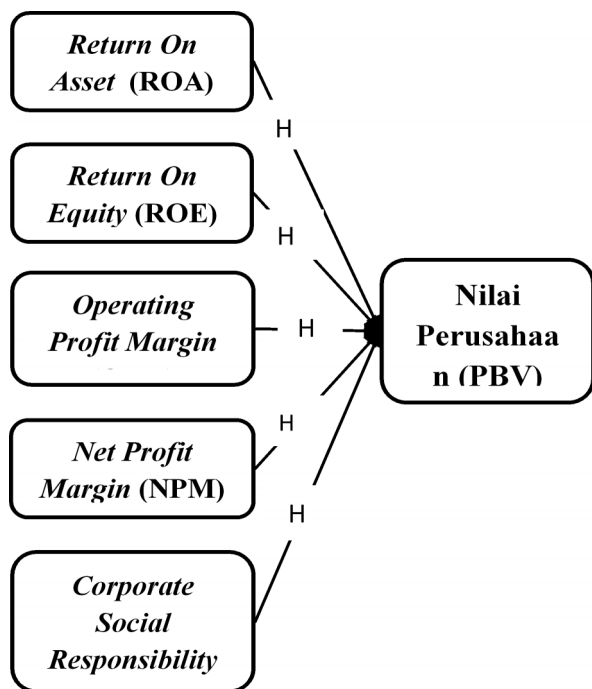
lai tingkat profitabilitas perusahaan.

Penilaian prestasi suatu perusahaan dapat dilihat dari kemampuan perusahaan itu menghasilkan laba. Laba perusahaan selain merupakan indikator kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban bagi para penyandang dananya juga merupakan elemen dalam penciptaan nilai perusahaan yang menunjukkan prospek perusahaan di masa yang akan datang (Rahayu, 2010).

Banyak perusahaan kini mengembangkan apa yang disebut *Corporate Social Responsibility* (CSR). Penerapan CSR tidak lagi dianggap sebagai *cost*, melainkan investasi perusahaan (Erni, 2007 dalam Kusumadilaga, 2010). Tanggung jawab sosial perusahaan atau yang lebih dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebenarnya telah menjadi perbincangan beberapa dekade lalu, dan kini juga tengah maraknya ditingkat nasional maupun global. Telah banyak perusahaan yang menyatakan bahwa CSR adalah penting karena perusahaan tidak hanya memiliki tanggung jawab ekonomis kepada para *shareholders* mengenai bagaimana memperoleh profit yang besar, namun perusahaan juga harus memiliki sisi tanggung jawab sosial terhadap *stakeholders* dilingkungan tempat perusahaan beroperasi (Handoko, 2010).

Beberapa tahun terakhir banyak perusahaan semakin menyadari pentingnya menerapkan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai bagian dari strategi bisnisnya. Penelitian Bassamalah dan Jermias (2005) menunjukkan bahwa salah satu alasan manajemen melakukan pelaporan sosial adalah untuk alasan strategis. Meskipun belum bersifat *mandatory*, tetapi dapat dikatakan bahwa hampir semua perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sudah mengungkapkan informasi mengenai CSR dalam laporan tahunannya.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh kinerja keuangan dan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan, baik secara parsial (masing-masing) maupun secara simultan (bersama-sama) terhadap nilai perusahaan perbankan yang *go public*. Berdasarkan temuan penelitian sebelumnya, maka bisa dibuat model dan hipotesis penelitian seperti pada Gambar 1.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

Berdasarkan model penelitian pada Gambar 1 maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

- H_1 : *Return On Asset* berpengaruh terhadap nilai perusahaan
 H_2 : *Return On Equity* berpengaruh terhadap nilai perusahaan
 H_3 : *Operating Profit Margin* berpengaruh terhadap nilai perusahaan
 H_4 : *Net Profit Margin* berpengaruh terhadap nilai perusahaan
 H_5 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

METODE PENELITIAN

Obyek Penelitian

Pada tahun 2010 jumlah perusahaan perbankan yang *listing* berjumlah 29 bank yang merupakan besarnya populasi untuk penelitian ini. Adapun kriteria yang digunakan untuk sampel penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Perusahaan sampel terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2008-2010 dalam kelompok perusahaan perbankan *go public* yang menerbitkan laporan tahunan (*annual report*) secara berturut-turut.

- b. Menerbitkan laporan keuangan tahunan untuk periode yang berakhir 31 Desember selama periode pengamatan 2008-2010 .
- c. Perusahaan sampel melakukan pengungkapan CSR dalam laporan tahunan secara berturut-turut selama tahun 2008-2010.
- d. Perusahaan sampel memiliki semua data yang dibutuhkan secara lengkap selama periode pengamatan.

Berdasarkan kriteria di atas maka perusahaan sektor perbankan yang dapat dijadikan sampel penelitian ini berjumlah 22 bank yang *listing* di Bursa Efek Indonesia periode 2008-2010.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi dokumentasi, yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengumpulkan seluruh data sekunder dan seluruh informasi melalui jurnal-jurnal, buku-buku, dan media informasi lainnya yang dapat digunakan untuk menyelesaikan masalah yang ada dalam penelitian ini. Data yang dikumpulkan adalah data laporan keuangan dan *annual report* yang dipublikasikan di situs web resmi masing-masing perusahaan sektor perbankan yang *go public* periode 2008 - 2010.

Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Dalam penelitian ini akan menguji ROA, ROE, OPM, NPM, pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan (PBV).

Nilai Perusahaan (PBV)

Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan yang diukur menggunakan *Price to Book Value* (PBV). Rumus yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

$$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku Saham (BV)}}$$

$$BV = \frac{(TA - TU)}{\text{Saham Beredar (SB)}}$$

Dimana :

PBV = *Price to Book Value*/ Nilai perusahaan
BV = *Book Value*/ Nilai buku saham
TA = Total Aktiva
TU = Total hutang
SB = Saham Beredar

Return on Asset

Return on Asset (ROA) adalah salah satu bentuk rasio profitabilitas yang dimaksudkan untuk mengukur kemampuan perusahaan atas keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktivitas operasi perusahaan dengan tujuan menghasilkan laba dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya. *Return on Asset* diperoleh dengan cara membandingkan *net income* terhadap total asset. Secara matematis ROA dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$ROA = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

Return on Equity

Return On Equity (ROE) merupakan rasio antara laba bersih terhadap total *equity*. Semakin tinggi ROE menunjukkan semakin efisien perusahaan menggunakan modal sendiri untuk menghasilkan laba atau keuntungan bersih. ROE digunakan untuk mengukur tingkat pengembalian perusahaan atau efektivitas perusahaan didalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan ekuitas (*shareholders' equity*) yang dimiliki oleh perusahaan.

$$ROE = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

Operating Profit Margin

Menurut Harningsih (2012) merupakan rasio antara laba bersih operasi terhadap total penjualan. Laba bersih operasi sering disebut sebagai *Earning Before Interest and Tax* (EBIT) yang diperoleh dari *gross profit* dikurangi dengan biaya-biaya operasional perusahaan. Dalam perhitungan EBIT ini tidak termasuk pendapatan dan biaya lainnya (termasuk biaya bunga) dan pajak yang dibayar. semakin tinggi OPM menunjukkan semakin efisiensi perusahaan mengelola biaya operasi dan semakin efektif

meningkatkan tingkat penjualannya. Jika OPM semakin tinggi menunjukkan kinerja perusahaan semakin baik, dan pada akhirnya berdampak pada kenaikan harga saham di pasar modal. Secara sistematis dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$OPM = \frac{\text{Laba Usaha}}{\text{Pendapatan Operasional}} \times 100\%$$

Net Profit Margin (NPM)

Menurut Dendawijaya (2009) *net profit margin* (NPM) adalah rasio yang menggambarkan tingkat keuntungan (laba) yang diperoleh bank dibandingkan dengan pendapatan yang diterima dari kegiatan operasionalnya. Rasio ini dapat dirumuskan sebagai berikut.

$$NPM = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Pendapatan Operasional}} \times 100\%$$

Corporate Social Responsibility

Pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan dalam laporan tahunan dapat diukur dengan cara menghitung indeks pengungkapan sosial. Daftar pengungkapan sosial yang digunakan adalah daftar item yang mengacu pada peneliti sebelumnya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Cahya (2010) dengan empat tema yaitu kemasyarakatan, produk dan konsumen, ketenagakerjaan serta menggunakan tema lingkungan. Diukur dengan menggunakan variabel dummy yaitu:

Score 0 : Jika perusahaan tidak mengungkapkan item pada daftar pertanyaan.

Score 1 : Jika perusahaan mengungkapkan item pada daftar pertanyaan.

Indeks pengungkapan sosial perusahaan tersebut kemudian dihitung melalui jumlah item yang sesungguhnya diungkapkan perusahaan dengan jumlah semua item yang mungkin diungkapkan. Indeks pengungkapan sosial perusahaan dapat dirumuskan sebagai berikut (Sembiring, 2005) :

$$PS = \frac{\text{Item yang diungkapkan oleh perusahaan}}{63 \text{ items}} \times 100\%$$

Metode Analisis Data

Pengujian hipotesis meliputi analisis regresi berganda, determinasi, uji t dan uji F. Persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1ROA + b_2ROE + b_3OPM + b_4NPM + b_5CSR + e$$

Dimana :

Y = Nilai Perusahaan

a = konstanta

$b_1, b_2, b_3, \dots, b_5$ = koefisien regresi

ROA = *Return on Asset*

ROE = *Return on Equity*

OPM = *Operating Profit Margin*

NPM = *Net Profit Margin*

CSR = *Corporate Social Responsibility*

Adapun perangkat lunak yang digunakan dalam mengolah data adalah SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 19.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Statistik Deskriptif

Pada bagian ini akan digambarkan atau dideskripsikan data informasi mengenai variabel-variabel penelitian seperti nilai perusahaan (PBV), *Return On Assets*, *Return On Equity*, *Operating Profit Margin*, *Net Profit Margin* dan *Corporate Social Responsibility* pada tahun 2008 sampai dengan 2010 yang dilihat dari nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (*mean*) dan standar deviasi dari masing-masing variabel yang disajikan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PBV	66	37.00	463.00	200.1515	111.02172
ROA	66	.09	7.28	1.8562	1.23602
ROE	66	-.75	43.83	14.7564	10.07205
OPM	66	-2.80	50.34	17.7339	10.57361
NPM	66	-.66	41.04	12.9236	8.06690
CSR	66	34.00	70.00	54.3636	10.18843
Valid N (listwise)	66				

Sumber: Data sekunder diolah melalui SPSS 19

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui kondisi data yang digunakan dalam penelitian ini. Hal ini dilakukan agar diperoleh model analisis yang tepat untuk dipergunakan dalam penelitian ini. Adapun uji asumsi klasik yang dilakukan meliputi uji normalitas data secara statistik, uji heteroskedastisitas, uji multikolinieritas, dan uji autokorelasi.

Setelah dilakukan uji asumsi klasik terhadap semua variabel penelitian, ternyata tidak semua hasil uji asumsi klasik terpenuhi, ada 2 uji asumsi yang gagal atau tidak terpenuhi yakni uji multikolinieritas dan uji autokorelasi. Oleh karena itu, untuk mengatasi permasalahan tersebut, maka dilakukan transformasi data menjadi bentuk logaritma natural (Ghozali, 2006). Sehingga dalam pengujiannya digunakan persamaan logaritma natural (Ln). Persamaan logaritma natural terbagi menjadi 2 macam yaitu persamaan *semilog* dan *double log*.

Pada penelitian ini untuk mengatasi permasalahan uji asumsi klasik digunakan persamaan logaritma natural semilog yakni variabel dependen dalam bentuk biasa sedangkan variabel independen dalam logaritma dimana penulis mengubah 2 variabel independen yakni ROE dan NPM dalam bentuk logaritma sedangkan variabel dependennya biasa. Pemilihan atau pentransformasian hanya kepada variabel ROE dan NPM, hal ini dikarenakan 2 variabel ini dianggap memiliki rentang nilai data yang terlalu tinggi. Sehingga didapatkan persamaan regresinya menjadi:

$$Y = a + b_1ROA + b_2Ln_ROE + b_3OPM + b_4Ln_NPM + b_5CSR + e.$$

Berdasarkan hasil pengujian ulang dengan menggunakan persamaan regresi logaritma natural semilog yang telah dilakukan, diperoleh hasil tidak terdapat penyimpangan terhadap uji normalitas data secara statistik, uji heteroskedastisitas, uji multikolinieritas, dan uji autokorelasi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan

positif atau negatif untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Berikut hasil pengujian yang dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	138.966	70.186		1.980	.052
ROA	39.345	16.426	.435	2.395	.020
Ln_ROE	-79.425	32.577	-.677	-2.438	.018
OPM	3.646	2.254	.344	1.617	.111
Ln_NPM	50.415	33.897	.405	1.487	.142
CSR	-.121	1.398	-.011	-.087	.931

a. Dependent Variable: PBV

Sumber: Data sekunder diolah melalui SPSS 19.

Berdasarkan Tabel 2, maka persamaan regresi linier berganda dengan 5 variabel independen sebagai berikut:

$$Y = 138.966 + 39.345ROA - 79.425Ln_ROE + 3.646OPM + 50.415 Ln_NPM - 0.121 CSR + e$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Pengaruh variabel ROA terhadap nilai perusahaan menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,02 dengan nilai t hitung sebesar 2,395. Dimana nilai t hitung tersebut lebih besar dari t tabel (2,395 > 2,00030) maka dapat disimpulkan bahwa ROA berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.
2. Pengaruh variabel ROE terhadap nilai perusahaan menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,18 dengan nilai t hitung sebesar -2,438. Dimana nilai t hitung tersebut lebih kecil dari t tabel (-2,438 < 2,00030) sehingga dapat disimpulkan bahwa ROE berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.
3. Pengaruh variabel OPM terhadap nilai perusahaan menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,111 dengan nilai t hitung sebesar 1,617. Dimana nilai t hitung tersebut lebih

kecil dari t tabel (1,617 < 2,00030) sehingga dapat disimpulkan bahwa OPM tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

4. Pengaruh variabel NPM terhadap nilai perusahaan menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,142 dengan nilai t hitung sebesar 1,487. Dimana nilai t hitung tersebut lebih kecil dari t tabel (1,487 < 2,00030) sehingga dapat disimpulkan bahwa NPM tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
5. Pengaruh variabel CSR terhadap nilai perusahaan menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,931 dengan nilai t hitung sebesar -0,087. Dimana nilai t hitung tersebut lebih kecil dari t tabel (-0,087 < 2,00030) sehingga dapat disimpulkan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Uji Korelasi (R) dan Koefisien

Determinasi

Analisis korelasi ganda digunakan untuk mencari hubungan antara dua variabel bebas atau lebih yang secara bersama-sama dihubungkan dengan variabel terikatnya. Sehingga dapat diketahui besarnya sumbangan seluruh variabel bebas yang menjadi objek penelitian terhadap variabel terikatnya. Hasil pengujiannya dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Analisis Korelasi Ganda Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.543 ^a	.295	.236	96.83158762

a. Predictors: (Constant), CSR, ROA, Ln_NPM, OPM, Ln_ROE

b. Dependent Variable: PBV

Sumber: Data sekunder diolah melalui SPSS 19.

Dari Tabel 3. terlihat angka R sebesar 0,543 atau 54,3 %. Hal ini menunjukkan terjadi hubungan yang sedang atau cukup kuat antara variabel independen yakni ROA, ROE, OPM, NPM, dan CSR terhadap variabel dependen nilai perusahaan (PBV).

Terlihat dalam Tabel 3. diketahui nilai R² (R Square) adalah 0,295, atau 29,5%. Hal ini

menunjukkan bahwa variabel dependen nilai perusahaan yang diproksikan dengan *Price to Book Value* (PBV) dapat dijelaskan oleh variabel independen yakni, ROA, ROE, OPM, NPM, dan CSR sebesar 29,5 %. Sedangkan selebihnya yaitu sebesar 70,5 % dapat dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Uji F

Uji F menunjukkan apakah variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh terhadap variabel dependennya. Pengaruh seluruh variabel independen secara bersama-sama terhadap nilai variabel dependen. Berikut ini merupakan hasil perhitungan uji F yang disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Perhitungan Uji F

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	231891.959	5	46378.392	4.946	.001 ^a
	Residual	553205.025	59	9376.356		
	Total	785096.985	64			

a. Predictors: (Constant), CSR, ROA, Ln_NPM, OPM, Ln_ROE
b. Dependent Variable: PBV

Sumber: Data sekunder diolah melalui SPSS 19.

Berdasarkan Tabel 3.4 terlihat nilai F hitung 4,946 dengan probabilitas signifikansi yang menunjukkan nilai sebesar 0,001, itu berarti nilai probabilitas signifikansi < 0,05. Sedangkan hasil yang diperoleh dari f tabel dengan df1= 5 dan df2= 60 pada $\alpha = 0,05$ adalah sebesar 2,3682 yang berarti F hitung > F tabel (4,946 > 2,3682) maka dapat disimpulkan bahwa variabel ROA, ROE, OPM, NPM, dan CSR secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Return On Assets* (ROA) terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian mengenai pengaruh *return on assets* terhadap nilai perusahaan menunjukkan nilai t sebesar 2,395 dengan signifikansi sebesar 0,02. Hal tersebut menandakan bahwa variabel *return on assets* memiliki pengaruh yang signifikan

terhadap nilai perusahaan.

Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya yang sudah dilakukan oleh Ulupi (2007); Wardoyo dan Theodora (2013) yang menyatakan bahwa nilai perusahaan ditentukan oleh *earning power* dari aset perusahaan. Hasil yang positif menunjukkan bahwa semakin tinggi *earning power* maka semakin efisien perputaran aset dan atau semakin tinggi profit margin yang diperoleh oleh perusahaan. Hal ini berdampak pada peningkatan nilai perusahaan dalam hal ini return saham satu tahun kedepan.

Pengaruh *Return On Equity* (ROE) terhadap Nilai Perusahaan

Salah satu perusahaan beroperasi adalah menghasilkan laba yang bermanfaat bagi para pemegang saham. Ukuran dari keberhasilan pencapaian alasan ini adalah angka ROE yang berhasil dicapai. Semakin besar ROE mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi para pemegang saham. Hal ini berdampak terhadap peningkatan nilai perusahaan.

Hasil pengujian pengaruh ROE terhadap nilai perusahaan menunjukkan hasil nilai t sebesar -2,438 dengan signifikansi sebesar 0,18. Nilai t hitung yang lebih kecil dari t tabel 2,00030 tersebut menandakan bahwa variabel *return on equity* berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Zuraedah (2010); Amri (2011); Wardoyo dan Theodora (2013), bahwa *return on equity* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dimana menunjukkan bahwa semakin tinggi kinerja keuangan perusahaan maka semakin tinggi nilai perusahaannya.

Pengaruh *Operating Profit Margin* (OPM) terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian mengenai pengaruh OPM terhadap nilai perusahaan menunjukkan nilai t sebesar 1,617 dengan signifikansi sebesar 0,111. Hal tersebut menandakan bahwa variabel OPM tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini berbeda dengan penelitian yang ada sebelumnya Roma (2003) yang menyatakan *operating profit margin* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Secara teori, semakin tinggi OPM menunjukkan semakin efisiensi perusahaan mengelola biaya operasi dan semakin efektif meningkatkan tingkat penjualannya. Jika OPM semakin tinggi menunjukkan kinerja perusahaan semakin baik, dan pada akhirnya berdampak pada kenaikan harga saham di pasar modal dan tentu akan meningkatkan pula nilai perusahaan tersebut.

Pengaruh *Net Profit Margin* (NPM) terhadap Nilai Perusahaan

Net Profit Margin yang tinggi menandakan adanya kemampuan perusahaan yang tinggi untuk menghasilkan laba bersih pada pendapatan tertentu begitu juga sebaliknya. *Net Profit Margin* menunjukkan kemampuan bank untuk menghasilkan laba bersih yang memiliki hubungan dengan pendapatan perusahaan yang akan datang, yang nantinya akan bermanfaat dalam memprediksi pertumbuhan laba bagi perbankan. Hal ini tentu berdampak peningkatan nilai perusahaan.

Hasil pengujian mengenai pengaruh *net profit margin* terhadap nilai perusahaan menunjukkan hasil nilai t sebesar 1,487 dengan signifikansi sebesar 0,142. Nilai t hitung yang lebih kecil dari t tabel 2,00030 tersebut menandakan bahwa variabel *net profit margin* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung dengan penelitian yang ada sebelumnya Rinati (2009) yang mengemukakan hasil bahwa *net profit margin* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dimana menunjukkan bahwa semakin tinggi laba bersih perusahaan maka semakin tinggi nilai perusahaannya.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan

Secara teori, pengungkapan CSR seharusnya dapat menjadi pertimbangan investor sebelum berinvestasi, karena di dalamnya mengandung informasi sosial yang telah dilakukan perusahaan. Informasi tersebut diharapkan menjadi pertimbangan untuk berinvestasi oleh para investor. Dalam UU perseroan terbatas No 40 tahun 2007, bahwa perusahaan pasti melaksanakan CSR dan mengungkapkannya, karena apabila tidak melaksanakan CSR, maka perusahaan akan terkena sanksi sesuai dengan keten-

tuhan peraturan perundang-undangan sehingga dianggap pengungkapan CSR tidak memberi pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil pengujian diketahui pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan menunjukkan hasil nilai t sebesar -0,87 dengan signifikansi sebesar 0,931. Nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 tersebut menandakan bahwa pengungkapan CSR tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa investor tidak merespon atas pengungkapan CSR yang telah dilakukan oleh perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Wardoyo dan Theodora (2013), namun berbeda dengan penelitian yang ada sebelumnya Yuniasih dan Wirakusuma (2007) yang mengemukakan hasil bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dimana semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR mengakibatkan peningkatan nilai perusahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan diatas maka simpulan yang diperoleh adalah: *pertama*, variabel kinerja keuangan yang diukur dengan *return on assets* (ROA) dan *return on equity* (ROE) mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan variabel kinerja keuangan lainnya, yaitu *operating profit margin* (OPM), dan *net profit margin* (NPM) tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor perbankan yang *go public* di Bursa Efek Indonesia. *Kedua*, variabel *corporate social responsibility* (CSR) tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor perbankan yang *go public* di Bursa Efek Indonesia. *Ketiga*, dari hasil pengujian yang dilakukan secara simultan (bersama-sama) menunjukkan bahwa *return on asset*, *return on equity*, *operating profit margin*, *net profit margin*, dan *corporate social responsibility* mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan yang diprosikan *price to book value* (PBV) pada perusahaan sektor perbankan yang *go public* di Bursa Efek Indonesia.

Saran untuk penelitian selanjutnya sebaiknya menambahkan variabel independen lain yang mungkin mempengaruhi nilai perusahaan, dan memperpanjang periode pengamatan dengan periode atau rentang waktu yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Amri, Chairul. 2011. Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan, Good Corporate Governance dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. Skripsi Fakultas Ekonomi. Universitas Gunadarma. Depok.
- Bassamalah, Anies S., dan Johnny Jermias. 2005. Social and Environmental Reporting and Auditing in Indonesia: Maintaining Organizational Legitimacy? *Gadjah Mada International Journal of Business*, Januari-April Vol. 7, No. 1. Hal 109-127.
- Chandra, Eva T.M. 2010. Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Pemoderasi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. Skripsi Fakultas Ekonomi. Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Dendawijaya, Lukman. 2009. Manajemen Perbankan. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2006. Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Edisi Ke 4. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Handoko, Yuanita. 2010. Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Pemoderasi. Skripsi Fakultas Ekonomi. Universitas Gunadarma. Depok.
- Harningsih. 2012. Evaluasi Pengaruh Rasio-rasio Keuangan Terhadap Perubahan Laba Pada Bank Umum Konvensional di Indonesia. Skripsi Fakultas Ekonomi. Universitas Gunadarma. Depok.
- Haruman, Tendi. 2008. Pengaruh Struktur Kepemilikan terhadap Keputusan Keuangan dan Nilai Perusahaan. Simposium Nasional Akuntansi XI, Pontianak.
- Hermawati, Angra. 2010. Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Struktur Kepemilikan Sebagai Variabel Pemoderasi. Skripsi Fakultas Ekonomi. Universitas Gunadarma. Depok.
- Kusumadilaga, Rimba. 2010. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). Skripsi Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro. Semarang
- Nurlela, Rika dan Islahudin. 2008. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating. Simposium Nasional Akuntansi XI. Pontianak.
- Prambudi, Teguh Sri. 2006. CEO dan CSR : Antara Citra dan Kepedulian – Economics and Business Accounting Review. Edisi Ketiga/ September – Desember.
- Rahayu, Sri. 2010. Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Pemoderasi. Unpublished Skripsi Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Rinati, Ina. 2009. Pengaruh Net Profit Margin (NPM), Return On Assets (ROA), dan Return On Equity (ROE) Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan yang Tercantum Dalam Indeks LQ45. Skripsi Fakultas Ekonomi. Universitas Gunadarma. Depok.

- Roma, Uly Juliana dan Sulardi. 2003. Manfaat Rasio Keuangan dalam Memprediksi Perubahan Laba Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Vol. 3, No. 2. Hal 102-126.
- Sembiring, Eddy Rismanda. 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial : Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta. Simposium Nasional Akuntansi VIII. Solo.
- Suharli, Michell, 2006. Akuntansi untuk Bisnis Jasa dan Dagang. Edisi Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Ulupui, I. G. K. A. 2007. Analisis Pengaruh Rasio Likuiditas, Leverage, Aktivitas, dan Profitabilitas terhadap Return Saham. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis* Vol.2.
- Wardoyo dan Theodora Martina Veronica, 2013. Pengaruh Kinerja Keuangan, Good Corporate Governance dan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Dinamika Manajemen* Vol. 4, No. 2, 2013, pp: 132-149
- Yuniasih, Ni Wayan dan Made Gede Wirakusuma. 2007. Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Pemoderasi. Skripsi Fakultas Ekonomi. Universitas Udayana. Denpasar.
- Zuredah, Isnaeni Ken. 2010. Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Pemoderasi. Skripsi Fakultas Ekonomi. Universitas Pembangunan Nasional. Jakarta.