

KOLABORASI RISET DOSEN DAN MAHASISWA

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR), *LEVERAGE*,
DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
PADA PERUSAHAAN JASA SEKTOR INFRASTRUKTUR,
UTILITAS, DAN TRANSPORTASI YANG TERDAFTAR
DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI)**

ARTIKEL ILMIAH

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Akuntansi



Oleh :

EVA AHSANUL KHOIRIYAH
2015310145

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

SURABAYA

2019

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Eva Ahsanul Khoiriyah
Tempat, Tanggal Lahir : Sidoarjo, 14 Februari 1997
N.I.M : 2015310145
Program Studi : Akuntansi
Program Pendidikan : Strata 1 (satu)
Konsentrasi : Keuangan
Judul : Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR),
Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai
Perusahaan Pada Perusahaan Jasa Sektor
Infrastruktur, Utilitas, dan Transportasi Yang
Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI)

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,
Tanggal : 7/10¹⁹



(Dr. Gunasti Hudiwinarsih, Ak., M.Si., CA., QIA)

0713115901

Mengetahui,
Ketua Program Studi Sarjana Akuntansi

Tanggal : 7-10-2019



(Dr. Nanang Shonhadji, SE., Ak., M.Si., CA., CIBA., CMA)

0731087601

**THE EFFECT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR),
LEVERAGE, AND FIRM SIZE ON FIRM VALUE IN COMPANY
SERVICES INFRASTRUCTURE, UTILITY,
AND TRANSPORTATION LISTED
ON THE INDONESIAN
STOCK EXCHANGE**

Eva Ahsanul Khoiriyah
STIE Perbanas Surabaya
E-mail: evvaak14@gmail.com
Wonorejo Utara No.16 Rungkut Surabaya

Abstract

Corporate value is very important in relation to the development of a company. The development of the company is the most important thing will be seen by investors. A good image for a company is a very high price because the firm value is so important and can also be sold through its stock price. Companies that have high potential growth rates have a tendency to produce good corporate value. This research aims to determine the effect of corporate social responsibility (CSR), leverage, dan ukuran perusahaan to the company's value. The company's value in this study was measured using two ratios, price to book value (PBV) and Tobin's Q. The population in this study is a service sector companies in infrastructure, utility, and transportation listed on the Stock Exchange in 2013-2017 amount 60 companies. Data analysis techniques used in this research is multiple linear regression analysis. The result in this study demonstrate that corporate social responsibility has no effect on firm value, leverage affects the firm value, and firm size does not affect firm value.

Keywords: *firm value, corporate social responsibility, leverage, firm size*

PENDAHULUAN

Nilai Perusahaan sangat penting kaitannya dengan perkembangan suatu perusahaan. Perkembangan perusahaan merupakan hal yang paling utama akan dilihat oleh para investor. Citra yang baik bagi suatu perusahaan adalah harga yang sangat mahal karena Nilai Perusahaan begitu

penting dan juga dapat dijual melalui harga sahamnya. Perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan potensial tinggi memiliki kecenderungan menghasilkan Nilai Perusahaan yang baik. Nilai yang dianggap baik dari para investor merupakan cerminan suatu perusahaan yang berkembang dan juga meningkat. Perusahaan yang

sedang berkembang biasanya memiliki nilai positif bagi investor. Artinya, perusahaan tersebut dalam masa perkembangan dan peningkatan kualitas perusahaan yang mampu menarik minat para investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut.

Dilansir dari media Kontan.co.id - Jakarta. Indeks saham sektor infrastruktur, utilitas dan transportasi memberi return paling tinggi di tahun ini secara year to date. Indeks saham infrastruktur, utilitas dan transportasi memberi gain 10,73% secara year to date sampai Kamis (14/2).

Kinerja tersebut jauh melebihi indeks sektor saham yang lain. Di urutan kedua adalah indeks saham sektor pertambangan dengan return 4,7%, diikuti indeks saham sektor perdagangan yang naik 4,23% dan industri dasar naik 3,96% secara year to date. Kinerja indeks saham sektor infrastruktur, utilitas dan transportasi juga jauh melampaui kinerja Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG). Hingga kemarin, IHSG tercatat naik 3,64% secara year to date. Kemarin, beberapa saham-saham sektor infrastruktur, utilitas dan transportasi masuk dalam 10 besar top trading baik dari sisi volume, nilai maupun nilai transaksi.

Faktor yang mempengaruhi Nilai Perusahaan dapat diukur dari faktor internal perusahaan. Faktor internal yang dapat mengukur Nilai Perusahaan yaitu dilihat dari CSR, *leverage*, dan ukuran perusahaan. Penilaian perusahaan dapat dilihat dari laporan keuangannya. Perusahaan biasanya

menerbitkan laporan keuangannya untuk dapat digunakan sebagai sumber informasi dalam menentukan apakah perusahaan tersebut bernilai positif atau negatif.

RERANGKA TEORITIS DAN HIPOTESIS

Teori Agensi (*Agency Theory*)

Teori agensi atau teori keagenan adalah teori yang menjelaskan bagaimana penyelarasan yang tepat dalam kepentingan prinsipal dan kepentingan agen pada suatu perusahaan untuk mengelola perusahaan dan mengambil keputusan (Jensen & Meckling, 1976). Teori ini memfokuskan hubungan antara pemilik perusahaan dengan manajemen perusahaan. Pemilik perusahaan disebut pihak prinsipal, sedangkan manajer perusahaan disebut sebagai pihak agen. Teori keagenan dapat membentuk konsep yang penting dan berguna dalam memahami laporan keuangan.

Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Teori sinyal menurut Brigham & Houston (2006:26) adalah suatu tindakan yang diambil pihak manajemen perusahaan yang memberi petunjuk atau informasi bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Teori sinyal menjelaskan bahwa perusahaan memiliki informasi yang lebih baik mengenai perusahaannya yang mendorong pihak manajer untuk menyampaikan informasi tersebut kepada calon investor. Teori sinyal ini mendukung pihak perusahaan untuk memberikan

informasi kepada calon investor yang akan menanamkan modalnya kepada perusahaan tersebut. Dalam informasi tersebut berisi tentang prospek perusahaan baik dan memberikan sinyal-sinyal kepada calon investor. Sehingga, dengan adanya sinyal-sinyal tersebut, maka perusahaan tersebut berharap para calon investor dapat memiliki pandangan-pandangan yang baik dimana calon investor akan menanamkan modalnya.

Nilai Perusahaan

Perusahaan dimanapun akan berusaha keras dalam meningkatkan dan memaksimalkan Nilai Perusahaannya. Nilai Perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual (Suard, 2014:7). Nilai Perusahaan digunakan sebagai ekspektasi investor terhadap suatu keberhasilan sebuah perusahaan dilihat dari kinerja keuangannya yang dapat diukur melalui harga sahamnya. Peningkatan Nilai Perusahaan dapat ditandai dengan harga saham yang meningkat di pasaran.

Bagi perusahaan yang menerbitkan saham di pasar modal, harga saham yang ditransaksikan di bursa merupakan indikator Nilai Perusahaan. Laba yang tidak menunjukkan informasi yang sebenarnya tentang kinerja keuangannya dapat membuat pihak pengguna laporan keuangan menjadi tersesat. Jika laba yang terbentuk seperti ini, maka laba tersebut tidak dapat memproyeksikan Nilai Perusahaan yang sesungguhnya.

Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) atau Tanggung jawab Sosial Perusahaan merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan. Pembentukan CSR berguna agar perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas, dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. CSR mampu dijadikan indikator perusahaan agar dapat melanjutkan kelangsungan kehidupan sebuah perusahaan. Pembuatan keputusan pada sebuah perusahaan tidak saja karena faktor keuangan tetapi juga berdasarkan konsekuensi sosial dan lingkungan untuk masa sekarang maupun masa yang akan datang.

Konsep CSR muncul sebagai alasan bahwa pemilik perusahaan dalam membangun perusahaannya tidak selalu untuk mencari keuntungan namun juga ada sesuatu yang harus dipertanggung jawabkan dari tingkat keuangannya sampai tingkat dampak akibatnya bagi sosial dan lingkungan. Kesadaran tentang pentingnya mempraktikkan CSR ini menjadi tren global seiring dengan semakin maraknya kepedulian masyarakat global terhadap produk-produk ramah lingkungan yang diatur oleh UU No. 40 Pasal 74 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (Febrina & Lintang, 2014). Seiring berjalannya waktu,

perusahaan semakin sadar akan sosial dan lingkungan yang ada di sekitarnya. Bagi perusahaan, ini merupakan bentuk kepedulian sebuah perusahaan untuk kesejahteraan sosial dan lingkungannya.

Leverage

Leverage adalah penggunaan biaya tetap dalam usaha untuk meningkatkan profitabilitas (Horne & John M Wachowics, 2007). *Leverage* dapat juga didefinisikan sebagai kebijakan perusahaan tentang seberapa jauh sebuah perusahaan menggunakan pendanaan di luar perusahaan. *Leverage* dapat dipahami sebagai penaksir dari resiko yang melekat pada suatu perusahaan. Artinya, *leverage* yang semakin besar menunjukkan resiko investasi yang semakin besar pula (Febrina & Lintang, 2014). *Leverage* perusahaan menunjukkan bagaimana perusahaan dapat mendanai operasional perusahaan dalam membayar utang jangka panjangnya. Perusahaan yang memiliki *leverage* yang tinggi berarti memiliki banyak hutang pada pihak eksternal. Hal ini berarti bahwa perusahaan masih terlihat buruk di mata investor.

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dinilai dari total aset yang dimiliki, jumlah penjualan, rata-rata total penjualan, dan rata-rata aset. Ukuran perusahaan adalah cerminan perusahaan yang menunjukkan besar kecilnya nilai total aset sebuah perusahaan (Fitri & Nadia, 2014).

Besar kecilnya aset sebuah perusahaan sangat mampu menentukan ukuran perusahaan. Aset mencerminkan kekayaan yang dimiliki oleh perusahaan, semakin besar aset perusahaan maka semakin besar kesempatan perusahaan untuk tumbuh dan berkembang. Hal ini dimungkinkan karena dengan aset yang besar perusahaan mempermudah perusahaan untuk memperoleh sumber pendanaan, terutama modal dari dalam perusahaan sendiri (Febrina & Lintang, 2014).

Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan

Informasi laporan keuangan perusahaan sangat berguna untuk meningkatkan kualitas Nilai Perusahaan. Perusahaan yang mengungkapkan CSR, artinya perusahaan tersebut telah mampu bertanggung jawab atas kegiatan operasionalnya. Kegiatan operasional yang terus menerus meningkat berdampak pula pada peningkatan harga saham. Kegiatan operasional perusahaan diantaranya adalah penjualan. Perusahaan ketika melakukan kegiatan penjualan pasti tidak melupakan pengawasan dan penjaminan mutu produk. Pengawasan dan penjaminan mutu produk yang baik berarti perusahaan peduli akan kualitas produk yang telah diciptakan untuk dipasarkan kepada konsumen. Tentunya konsumen akan menilai bagaimana produk tersebut. Produk yang memiliki kualitas yang baik pastinya akan membuat konsumen loyal

terhadap apa yang telah dijual oleh perusahaan. Melihat hal tersebut, artinya perusahaan tidak hanya memikirkan aktivitas ekonomi yang hanya mengambil keuntungan saja, tetapi akan membuat dampak yang baik terhadap aspek yang lainnya. Berdasarkan hal tersebut maka sesuai dengan penelitian Komang (2013) dan Pipit (2017) yang mengatakan bahwa CSR berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

H1 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan

Perusahaan pada dasarnya memang membutuhkan utang untuk pendanaan kegiatan operasional perusahaan. Utang merupakan kewajiban yang harus dibayar oleh perusahaan. Namun perusahaan tidak boleh lalai dengan hutang tersebut dikarenakan apabila kewajiban yang harus dibayar oleh perusahaan tersebut tinggi, maka berakibat modal sendiri yang akan dikeluarkan pun akan lebih banyak. Kemampuan pembayaran utang ini perlu dikelola dengan baik oleh perusahaan. Pembayaran utang didapatkan melalui laba dari penjualan yang telah dilakukan. Jika laba yang dihasilkan tinggi dimungkinkan perusahaan tersebut telah mendapatkan tambahan modal untuk menambahkan asetnya. Artinya, modal yang bertambah merupakan harapan bagi investor. Tambahan modal bisa berasal dari investasi dan laba dari penjualan yang dilakukan oleh perusahaan. Oleh sebab itu, jika

perusahaan menginginkan peningkatan kualitas Nilai Perusahaannya, maka perusahaan tersebut harus berusaha semaksimal mungkin untuk membuat strategi dalam pengelolaan keuangannya terutama dalam pengelolaan utang jangka panjangnya.

Didukung dengan penelitian Febrina & Lintang (2014) dan I Gusti & Gede (2016) yang menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Sehingga apabila nilai utang perusahaan tinggi akan beresiko baik terhadap Nilai Perusahaan.

H2 : *Leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

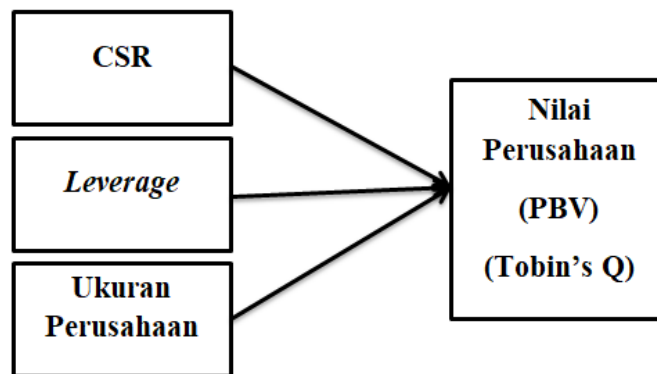
Perusahaan yang besar biasanya dapat dilihat dari total aset pada laporan keuangannya. Ketika sebuah perusahaan memiliki total aset yang besar maka mencerminkan bahwa perusahaan tersebut memiliki nilai saham yang tinggi karena apabila perusahaan tersebut memiliki progres penjualan yang semakin baik dan meningkat, artinya penjualan tersebut mampu menghasilkan laba yang tinggi sehingga mampu menambah total aset perusahaan. Oleh sebab itu dengan demikian apabila aset yang dimiliki perusahaan tinggi nilai buku saham akan tinggi pula sehingga dapat terlihat bahwa perusahaan tersebut memiliki Nilai Perusahaan yang baik.

Besarnya ekuitas, penjualan maupun total aset

perusahaan dapat digunakan sebagai gambaran dari sebuah perusahaan yang artinya perusahaan tersebut berada dalam tahap kedewasaannya. Ukuran perusahaan yang semakin tinggi akan berkaitan erat dengan keputusan pendanaan yang akan diterapkan oleh perusahaan guna mengoptimalkan Nilai Perusahaan (I Nyoman & I Ketut, 2017). Hal ini

sesuai dengan hasil penelitian Ta'dir, Parengkuan, & Ivone (2014) dan Evelyn & Juniarti (2016) bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

H3 : Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan



Gambar 1
Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan datanya berupa angka sebagai alat analisisnya. Sumber data yang digunakan adalah sumber data sekunder yang berbentuk arsip maupun dokumen. Data yang digunakan pada penelitian kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang dinyatakan dalam bentuk angka atau numerik Iramani, (2016:7) sehingga data tersebut dapat dihitung. Fenomena dan fakta yang diamati pada penelitian kuantitatif memiliki realitas objektif yang dapat diukur.

Identifikasi Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan dua jenis variabel, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Nilai Perusahaan.

Y1 : *Price to Book Value* (PBV)

Y2 : *Tobin's Q*

Variabel independen dalam penelitian ini

X1 : *Corporate Social Responsibility* (CSR)

X2 : *Leverage*

X3 : Ukuran Perusahaan

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

1. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah ekspektasi para investor terhadap sebuah perusahaan yang biasanya tercermin dari nilai saham. Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kemakmuran bagi para pemegang sahamnya. Penelitian ini menggunakan pengukuran PBV sebagai penghitungan untuk nilai buku per lembar saham. Di samping itu juga, penelitian ini juga menggunakan pengukuran Tobin's Q sebagai penghitungan untuk menggambarkan bahwa perusahaan dinilai sama antara Nilai Perusahaan tercatat dengan Nilai Perusahaan di pasar. Berikut adalah rumus penghitungan kedua pengukuran tersebut:

Berikut adalah rumus dari penghitungan rasio PBV dan Tobin's Q:

- a. Rumus pengukuran menggunakan *Price to Book Value* (PBV)

$$PBV = \frac{\text{Harga pasar per saham}}{\text{Nilai Buku}}$$

- b. Rumus pengukuran menggunakan Tobin's Q

$$Q = \frac{(EMV + D)}{(EBV + D)}$$

Keterangan:

Q : Nilai Perusahaan

EMV : Nilai pasar ekuitas (*closing price* saham × jumlah saham yang beredar)

D : Nilai buku dari total utang

EBV : Nilai buku dari total ekuitas (total aktiva – total utang)

2. *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Variabel CSR didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan (Pipit, 2017).

Melalui Global Reporting Initiative Generasi 4 (GRI-G4) item-item yang ditentukan terdapat 91 item. Perumusan indeks pengukuran sosial (IPS) CSR dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$IPS = \frac{\text{Item yang diungkapkan oleh perusahaan}}{91 \text{ item}} \times 100\%$$

3. *Leverage*

Leverage merupakan rasio yang mengukur seberapa jauh perusahaan menggunakan hutang. Penelitian ini menggunakan DER untuk penghitungannya. Rasio ini menunjukkan perbandingan antara hutang dengan modal sendiri (Suad & Enny 2006:70).

$$DER = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

4. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecil perusahaan yang dapat dilihat melalui besarnya ekuitas, penjualan maupun total aset perusahaan. Penelitian ini menggunakan total aset untuk perhitungannya. Penelitian ini menggunakan total aset karena total aset yang dimiliki perusahaan mencerminkan kegiatan operasional perusahaan sehingga dapat menggambarkan kekayaan sebuah perusahaan. Rumus Ukuran Perusahaan dengan menggunakan total aset sebagai berikut:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Log natural (Ln) of Total Employees}$$

Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah semua perusahaan jasa sektor infrastruktur, utilitas, dan transportasi yang terdaftar di BEI. Perusahaan yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu perusahaan sub sektor energi, perusahaan sub sektor jalan tol, pelabuhan, bandara dan sejenisnya, perusahaan sub sektor telekomunikasi, perusahaan sub sektor transportasi, dan perusahaan sub sektor konstruksi non bangunan. Tahun penelitian yang digunakan mulai 2013 sampai dengan 2017 yang *listing* di Bursa Efek Indonesia. Teknik penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, dimana sampel didapatkan

secara acak dan dipilih berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu.

Data dan Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan jenis data yang sekunder sebagai sumber data utama, yakni berupa data yang telah diolah dan diterbitkan oleh BEI periode tahun 2013-2017 melalui situs www.idx.co.id. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah studi dokumenter.

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda yang metode analisisnya juga menggunakan statistik deskriptif, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis.

Statistik Deskriptif

Pengujian statistik dilakukan untuk memberikan deskripsi variabel-variabel dalam penelitian. Statistik deskriptif membantu peneliti untuk menggambarkan keadaan data apa adanya melalui parameter-parameter pengukuran seperti, penentuan nilai rata-rata (*mean*), nilai maksimum, nilai minimum, dan standar deviasi dari masing-masing variabel.

Tabel 1
Hasil Uji Statistik Deskriptif Dengan PBV

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PBV	132	-2.33906	3.28617	.8208318	.76206254
CSR	132	.6154	.8132	.742091	.0342813
LEV	132	-8.9886	7.1538	1.065001	1.6624416
SIZE	132	10.350.475.341	97.170.589.115.288,10	12.779.057.207.064,4080	21.166.492.887.845,65200

Berdasarkan hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa CSR memiliki nilai *minimum* sebesar 0,6154 dan nilai *maximum* sebesar 0,8132. Nilai standar deviasi sebesar 0,0342813 dan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 1,6624416. Apabila dibandingkan dengan nilai rata-rata, dapat dilihat bahwa standar deviasi lebih kecil daripada *mean*. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat variasi data dari CSR cenderung rendah atau data bersifat homogen atau tidak menyebar.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa *leverage* memiliki nilai *minimum* sebesar -8,9886 dan nilai *maximum* sebesar 7,1538. Nilai standar deviasi sebesar 1,6624416 dan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 1,065001. Jika dibandingkan dengan nilai rata-rata, dapat dilihat bahwa standar deviasi

lebih besar daripada *mean*. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat variasi data dari *leverage* cenderung tinggi atau data bersifat heterogen atau menyebar.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki nilai *minimum* sebesar 10.350.475.341 dan nilai *maximum* sebesar 97.170.589.115.288,10. Nilai standar deviasi sebesar 21.166.492.887.845,65200 dan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 12.779.057.207.064,4080. Jika dibandingkan dengan nilai rata-rata, dapat dilihat bahwa standar deviasi lebih kecil daripada *mean*. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat variasi data dari ukuran perusahaan cenderung rendah atau data bersifat homogen atau tidak menyebar

Tabel 2
Hasil Uji Statistik Deskriptif Dengan Tobin's Q

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Tobin's Q	129	.24570	2.16619	.9699600	.33650707
CSR	129	.6154	.8132	.742908	.0348971
LEV	129	.0085	13.5432	1.605949	1.9139258
SIZE	129	109.923.503.603	97.170.589.115.288,10	14.304.652.084.025,6390	21.503.607.606.123,56600

Berdasarkan hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa CSR

memiliki nilai *minimum* sebesar 0,6154 dan nilai *maximum* sebesar

0,8132. Nilai standar deviasi sebesar 0,0348971 dan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0,742908. Jika dibandingkan dengan nilai rata-rata, dapat dilihat bahwa standar deviasi lebih kecil daripada *mean*. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat variasi data dari CSR cenderung rendah atau data bersifat homogen atau tidak menyebar.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa *leverage* memiliki nilai *minimum* sebesar 0,0085 dan nilai *maximum* sebesar 13,5432. Nilai standar deviasi sebesar 1,9139258 dan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 1,605949. Jika dibandingkan dengan nilai rata-rata, dapat dilihat bahwa standar deviasi lebih besar daripada *mean*. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat variasi data dari *leverage* cenderung tinggi atau data bersifat heterogen atau menyebar.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki nilai *minimum* sebesar 109.923.503.603 dan nilai *maximum* sebesar 97.170.589.115.288,10. Nilai standar deviasi sebesar 21.503.607.606.123,56600 dan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 14.304.652.084.025,6390. Jika dibandingkan dengan nilai rata-rata, dapat dilihat bahwa standar deviasi lebih kecil daripada *mean*. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat variasi data dari ukuran perusahaan cenderung rendah atau data bersifat homogen atau tidak menyebar.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 3

Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residual	
	PBV	Tobin's Q
N	132	129
Test Statistic	.075	.074
Asymp. Sig (2-tailed)	.067	.078

Hasil uji normalitas dari tabel 3, menunjukkan hasil melalui nilai *Kolmogorov-Smirnov Z* untuk PBV sebesar 0,075 dengan nilai signifikannya sebesar 0,067 maka data terdistribusi normal dan model regresi ini dikatakan baik karena nilai signifikannya lebih besar dari 0,05 ($0,067 > 0,05$). *Kolmogorov-Smirnov Z* untuk Tobin's Q sebesar 0,074 dengan nilai signifikannya sebesar 0,078 maka data terdistribusi normal dan model regresi ini dikatakan baik karena nilai signifikannya lebih besar dari 0,05 ($0,078 > 0,05$).

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas menunjukkan nilai *tolerance* lebih dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10 maka disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas. Tabel 4 menunjukkan bahwa seluruh variabel independen yaitu CSR, *leverage*, dan ukuran perusahaan

tidak mengalami gejala multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan meregresikan nilai absolut residual dengan variabel independennya. Ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat diketahui dengan melihat tingkat signifikansinya terhadap α 0,05. Artinya jika tingkat signifikansi kurang dari 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas. Namun apabila tingkat signifikansi lebih dari sama dengan 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Tabel 5 pada variabel PBV menunjukkan bahwa variabel independen yaitu CSR, dan ukuran perusahaan tidak mengalami gejala heteroskedastisitas, variabel

independen *leverage* mengalami gejala heteroskedastisitas. Sedangkan pada variabel Tobin's Q menunjukkan bahwa seluruh variabel independen yaitu CSR, *leverage*, dan ukuran perusahaan tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dan dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ sebelumnya dengan menggunakan uji Durbin Watson. Pada tabel 6 menunjukkan bahwa seluruh variabel independen yaitu CSR, *leverage*, dan ukuran perusahaan sudah sesuai kriteria.

Tabel 4
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	PBV		Tobin's Q	
	Tolerance	VIF	Tolerance	VIF
CSR	0,989	1,012	0,993	1,007
<i>Leverage</i>	0,827	1,209	0,860	1,163
<i>Size</i>	0,829	1,206	0,865	1,156

Tabel 5
Hasil Uji Heterokedastisitas

Variabel	PBV		Tobin's Q	
	t	Sig.	t	Sig.
(Constant)	-0,325	0,745	1,305	0,194
CSR	-0,584	0,560	-0,384	0,701
<i>Leverage</i>	2,994	0,003	-0,084	0,934
<i>Size</i>	0,977	0,331	-0,671	0,503

Tabel 6
Hasil Uji Autokorelasi

Durbin – Watson	
PBV	Tobin's Q
DW = 2,311	DW = 2,376
N = 132	N = 129
K = 3	K = 3
DL = 1,6696	DL = 1,6653
DU = 1,7624	DU = 1,7603

Pengujian Hipotesis

Kriteria pengambilan keputusannya, yaitu:

1. Uji Statistik F

Uji Statistik F menunjukkan apakah variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh terhadap variabel dependennya.

H_0 = Nilai sig-F \geq 0,05 ; model dikatakan tidak fit.

H_a = Nilai sig-F $<$ 0,05 ; model dikatakan fit.

Tabel 7
Hasil Uji Statistik F

Model	PBV		Tobin's Q	
	F	Sig.	F	Sig.
Regression	39.581	.000 ^b	3.867	.013 ^b

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat.

Apabila nilai (R^2) kecil, hal tersebut menandakan bahwa kemampuan variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen kecil.

Tabel 8
Hasil Uji R^2

Model	Adjusted R Square	
	PBV	Tobin's Q
1	.575	.105

3. Uji Statistik t (t-test)

Uji Statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen mampu menerangkan

variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan nilai signifikansi 0,05. Penerimaan atau

penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikansi $\geq 0,05$ maka koefisien regresi tidak signifikan. Hal ini berarti bahwa secara parsial variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka koefisien regresi signifikan. Hal ini berarti bahwa secara parsial variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 8
Hasil Uji t

Model	PBV		Tobin's Q	
	t	Sig.	t	Sig.
(Constant)	0,587	0,558	1,015	0,312
CSR	-0,903	0,368	-1,233	0,220
Leverage	7,481	0,000	6,292	0,000
Size	0,740	0,460	1,674	0,097

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

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

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini dapat diambil disimpulkan bahwa banyaknya pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan, belum tentu akan meningkatkan minat para investor untuk menginvestasikan dananya pada perusahaan sehingga dapat diindikasikan bahwa saat para investor ingin berinvestasi pada suatu perusahaan tidak perlu melihat laporan pengungkapan CSR untuk membuktikan apakah perusahaan tersebut memiliki nilai perusahaan yang baik atau tidak. Sejalan dengan

teori sinyal yang menjelaskan bahwa pihak manajer perusahaan memiliki informasi yang lebih bagi calon penanam modal untuk informasi pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Tetapi, di sisi lain para calon investor lebih mementingkan aspek laporan keuangan dalam menilai sebuah Nilai Perusahaan. Disamping itu juga, investor akan berpikir bahwa kegiatan CSR tersebut memerlukan biaya yang tinggi sehingga para investor tidak tertarik dengan pengeluaran biaya tinggi tersebut. Penelitian ini sesuai dengan penelitian Wahyu dan Wardoyo (2014), Evelyn dan Juniarti (2016) yang menyatakan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Namun, penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Febrina dan Lintang (2016), Pipit (2017) yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan (PBV)

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa *Leverage* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Maka dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi nilai *Leverage* perusahaan maka akan semakin tinggi pula Nilai Perusahaan yang diperoleh. Hal ini dapat disimpulkan perusahaan mampu dalam melunasi hutang-hutang jangka panjangnya sehingga dapat dikatakan bahwa perusahaan tersebut sudah melakukan kinerja yang baik untuk Nilai Perusahaan yang baik pula. Adanya informasi utang pada laporan keuangan perusahaan memberikan sinyal positif bagi calon investor. Informasi tersebut sebagai referensi yang dipakai calon investor untuk mengetahui informasi utang pada laporan keuangan. Sehingga informasi ini akan bermanfaat untuk kedepannya bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Utang yang diandalkan oleh perusahaan ini sebagai indikasi bahwa perusahaan sedang melakukan proyek yang besar dan operasional yang berkembang sehingga membutuhkan dan yang banyak dari pihak ketiga (kreditur). Ketika perusahaan melakukan kegiatan operasional yang berkembang, maka dapat membuat omset perusahaan semakin naik dan perusahaan mendapatkan laba yang besar pula. Pendapatan laba yang besar berdampak pada harga saham perusahaan tersebut meningkat, sehingga hal ini dapat meningkatkan nilai perusahaan tersebut. Berdasarkan hal tersebut maka penelitian ini sesuai dengan penelitian I Gusti dan Gede (2016), I

Nyoman dan I Ketut (2017) yang menyatakan bahwa *Leverage* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Namun, penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitri dan Nadia (2014), Nadya dan Sri (2015) yang menyatakan bahwa *Leverage* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan (*Size*) terhadap Nilai Perusahaan (PBV)

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa *Size* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa besar kecilnya total aset untuk mengukur ukuran perusahaan tidak mempengaruhi Nilai Perusahaan. Dibuktikan dengan hasil tersebut maka Nilai Perusahaan tidak dapat dilihat melalui total aset, karena total aset yang dimiliki mungkin banyak digunakan untuk pembayaran utang operasional perusahaan, sehingga aset yang dikelola perusahaan bisa saja menyebabkan kerugian yang besar. Perusahaan yang memiliki ukuran besar belum tentu memiliki sumber dana yang lebih banyak untuk menunjang kegiatan operasionalnya. Sehingga perusahaan kurang mendapatkan lebih banyak peluang untuk memperoleh laba yang lebih tinggi. Dengan kurangnya laba berarti menandai bahwa kegiatan operasional perusahaan di pasar bisnis sedang berjalan kurang baik. Maka sebab itu belum tentu para investor membuat keyakinan dengan melihat sebuah perusahaan dari

ukurannya. Hal itu sesuai dengan teori agensi yang menunjukkan bahwa besar kecilnya ukuran perusahaan tidak akan mempengaruhi nilai perusahaan apabila antara *principal* dan agen dapat bekerja sama dengan baik dalam mengelola kegiatan operasional perusahaan yang membuat tingkat kualitas perusahaan semakin baik. Berdasarkan kesimpulan tersebut maka penelitian ini didukung pula oleh penelitian yang dilakukan oleh Febrina, Lintang (2016) dan Nadya, Sri (2015) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Namun penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ta'dir, Parengkuan, & Ivone, (2014) dan I Gusti dan Gede (2016) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan (Tobin's Q)

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini dapat diambil kesimpulan bahwa pengungkapan CSR tidak selalu mempengaruhi keyakinan para investor dalam menanamkan modalnya pada suatu perusahaan, karena bagi calon investor pengungkapan CSR tidak begitu penting kaitannya dengan kegiatan aspek ekonomi yang dilakukan oleh perusahaan. sesuai dengan teori sinyal yang menjelaskan bahwa pihak manajer perusahaan

memiliki informasi yang lebih bagi calon penanam modal untuk informasi pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Namun pada kenyataannya bahwa informasi tersebut tidak selalu diharapkan dapat menjadi pertimbangan untuk berinvestasi oleh para investor. Berdasarkan hal tersebut maka penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wahyu dan Wardoyo (2014) dan Evelyn dan Juniarti (2016) yang menyatakan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Namun, penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Komang (2013) dan Pipit (2017) yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan (Tobin's Q)

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa *Leverage* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Kesimpulan yang dapat diambil yaitu bahwa semakin tinggi rasio *leverage* maka perusahaan mempunyai prospek pertumbuhan yang tinggi. Hutang jangka panjang yang tinggi berarti mencerminkan perusahaan sedang melakukan kegiatan bisnis yang besar dan hal ini dinilai baik oleh investor karena perusahaan dianggap mempunyai prospek yang baik di masa depan. Informasi hutang jangka panjang yang digunakan untuk proyek besar ini sesuai dengan teori sinyal bahwa perusahaan memberikan sinyal positif kepada calon investor untuk menanamkan modalnya pada sebuah

perusahaan tersebut. Utang yang banyak diandalkan oleh perusahaan merupakan bentuk pendanaan yang digunakan oleh perusahaan dalam aktivitas bisnisnya, sehingga ketika perusahaan meningkatkan penjualan otomatis akan meningkatkan omset yang didapatkan dan membuat laba semakin naik. Apabila laba semakin meningkat maka akan berdampak pada meningkatnya pula harga saham perusahaan, sehingga hal ini juga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan hal tersebut maka penelitian ini sesuai dengan penelitian I Gusti dan Gede (2016), I Nyoman dan I Ketut (2017) yang menyatakan bahwa *Leverage* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Namun, penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitri dan Nadia (2014), Nadya dan Sri (2015) yang menyatakan bahwa *Leverage* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan (*Size*) terhadap Nilai Perusahaan (*Tobin's Q*)

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa *Size* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa besar kecilnya total aset untuk mengukur ukuran perusahaan tidak mempengaruhi Nilai Perusahaan. Perusahaan yang memiliki total aset yang tinggi dan dianggap memiliki ukuran perusahaan yang besar besar belum tentu memiliki sumber dana yang lebih banyak untuk menunjang kegiatan operasionalnya. Total aset

yang tinggi tidak menjadi ukuran bagi investor dalam menilai sebuah perusahaan. Walaupun total aset perusahaan tersebut besar belum memberikan keyakinan kepada investor tentang kemampuan perusahaan dalam mengelola investasi yang diberikan, sehingga ukuran perusahaan tidak mempengaruhi nilai perusahaan karena dalam menanamkan modalnya investor cenderung memperhatikan faktor-faktor lain selain total aset seperti pembagian deviden misalnya. Maka sebab itu belum tentu para investor membuat keyakinan dengan melihat sebuah perusahaan dari ukurannya. Sehingga hal itu sesuai dengan teori agensi yang menunjukkan bahwa besar kecilnya ukuran perusahaan tidak akan mempengaruhi nilai perusahaan apabila antara *principal* dan agen dapat bekerja sama dengan baik dalam mengelola kegiatan operasional perusahaan yang membuat tingkat kualitas perusahaan semakin baik. Berdasarkan hal tersebut maka penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitri, Nadia (2014) dan Nadya, Sri (2015) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh I Gusti, Gede (2016) dan I Nyoman, I Ketut (2017) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

KESIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN

Berdasarkan hasil pengujian terhadap enam hipotesis baik secara deskriptif dan statistik dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji F kedua variabel PBV dan Tobin's Q sebagai proxy Nilai Perusahaan dapat diketahui bahwa model regresi *Fit* sehingga dapat dengan baik digunakan untuk penelitian.
2. Berdasarkan hasil uji t pada 132 sampel yang menggunakan PBV dan 129 sampel yang menggunakan Tobin's Q dinyatakan bahwa variabel *leverage* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan jasa sektor infrastruktur, utilitas, dan transportasi yang terdaftar di BEI pada tahun 2013-2017.
3. Berdasarkan hasil uji t pada 132 sampel yang menggunakan PBV dan 129 sampel yang menggunakan Tobin's Q dinyatakan bahwa variabel CSR tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan jasa sektor infrastruktur, utilitas, dan transportasi yang terdaftar di BEI pada tahun 2013-2017.
4. Berdasarkan hasil uji t pada 132 sampel yang menggunakan PBV dan 129 sampel yang menggunakan Tobin's Q dinyatakan bahwa variabel Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan jasa sektor infrastruktur,

utilitas, dan transportasi yang terdaftar di BEI pada tahun 2013-2017.

Keterbatasan Penelitian

Setelah menjelaskan tentang kesimpulan dari penelitian, selanjutnya akan dijelaskan tentang keterbatasan penelitian. Penelitian ini diharapkan akan memberikan arahan terhadap peneliti selanjutnya yang ingin mengambil topik serupa dan mendapatkan hasil yang lebih baik, adapun keterbatasan penelitian sebagai berikut:

1. Tidak semua perusahaan jasa sektor infrastruktur, utilitas, dan transportasi melaporkan laporan keuangan dan laporan tahunan pada saat periode penelitian yaitu pada tahun 2013 - 2017.
2. Ditemukan data yang tidak berdistribusi normal sehingga harus dilakukan penormalan data yang membuat berkurangnya jumlah data yang akan digunakan. Pada variabel dependen PBV telah dilakukann sebanyak 22 kali uji normalitas, sedangkan pada variabel dependen Tobin's Q telah dilakukan sebanyak 29 kali uji normalitas.
3. Ditemukan 1 variabel yang mengalami heteroskedastisitas pada penelitian yang menggunakan PBV sebagai proxy Nilai Perusahaan.
4. Pada penelitian ini dalam pengukuran CSR dilihat melalui *annual report* perusahaan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, kesimpulan dan keterbatasan penelitian maka peneliti dapat memberikan saran untuk penelitian selanjutnya, yakni sebagai berikut:

1. Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan sektor infrastruktur, utilitas, dan transportasi, diharapkan pada penelitian selanjutnya menggunakan sampel penelitian yang berbeda.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan menambah jumlah sampel penelitian dan mengubah kriteria yang diinginkan.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan juga melakukan *transform* data apabila ditemukan variabel yang terdapat heteroskedastisitas.
4. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan *sustainability report* dalam melihat pengukuran CSR.

DAFTAR PUSTAKA

- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2006). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan, Alih Bhasa Ali Akbar Yulianto* (10 ed., Vol. 1). Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Evelyn, S., & Juniarti. (2016). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan di Sektor Pertambangan. *Business Accounting Review*, 4(1), 81-90.
- Febrina, W. S., & Lintang, V. (2014). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Leverage, Firm Size, dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan High Profile Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2008-2012. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 2(3).
- Fitri, D. R., & Nadia, A. (2014). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas, Kebijakan Deviden, dan Cash Holding Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Manufaktur. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(3).
- Horne, J. V., & John M Wachowics, J. (2007). *Prinsip - prinsip Manajemen Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- I Gusti, N. G., & Gede, M. S. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, leverage, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(7), 4394-4422.
- I Nyoman, A. S., & I Ketut, M. (2017). Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti. *E-Jurnal Manajemen*, 6(3), 1248-1277.
- Iramani. (2016). *Statistika Dasar Bisnis dan Akuntansi*. Surabaya: STIE Perbanas Surabaya.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305-360.
- Komang, F. A. (2013). Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham dan Corporate Social Responsibility Pada Nilai Perusahaan. *Buletin Studi Ekonomi*, 18(2), 107-113.
- Nadya, P., & Sri, R. (2013). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Good Corporate Governance, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *eProceedings of Management*, 2(3), 3146-3152.
- Pipit, P. H. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan.

Intiqad Jurnal Agama dan Pendidikan Islam, 9(2), 57-66.

Suad, H. (2014). *Manajemen Keuangan Teori dan Penerapan (Keputusan Jangka Panjang)* (4th ed.). Yogyakarta: BPFE.

Suad, H., & Enny, P. (2006). *Dasar - Dasar Manajemen Keuangan* (5 ed.). Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Ta'dir, E. P., Parengkuan, T., & Ivone, S. S. (2014). Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, dan Risiko Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Otomotif Yang Terdaftar di BEI. *Jurnal EMBA Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(2), 879-889.

Wahyu, A., & Wardoyo. (2014). Pengaruh Kinerja Keuangan dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Pada Bank Go Public Yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 18(1), 57-66.

www.grireporting.org. (n.d.).

(diakses pada tanggal 19 Mei 2019)

www.idx.co.id. (n.d.).

(diakses pada tanggal 19 April 2019)

www.kontan.co.id. (n.d.).

(diakses pada tanggal 19 Mei 2019)

www.sahamok.com. (n.d.).

(diakses pada tanggal 19 Mei 2019)