

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini merupakan penelitian sekunder dengan menggunakan data sampel perusahaan manufaktur sektor aneka industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2013-2017. Peneliti memperoleh data laporan tahunan dari *wibsite* perusahaan dan untuk mengetahui daftar perusahaan sektor aneka industri dari situs www.sahamok.com. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dimana dalam menentukan sampel telah ditentukan kriteria yang dibuat oleh peneliti, sehingga yang dilakukan harus memenuhi kriteria yang telah ditentukan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang bersumber dari data sekunder. Data tersebut diperoleh dari laporan keuangan dan laporan tahunan yang terpublikasi pada website (BEI) yaitu www.idx.com. Data yang dapat diolah secara keseluruhan periode 2013-2017 untuk pengujian adalah 180 sampel.

Tujuan penelitian ini yaitu untuk menguji pengaruh CSR, *sales growth*, dan *capital intensity* terhadap nilai perusahaan manufaktur sektor aneka industri yang terdaftar di BEI. Pengujian yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan uji regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS versi 23. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel *corporate social responsibility* (CSR) (X1) yang diproxykan dengan PBV tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini investor tidak melihat pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan. CSR masih belum dapat dengan mudah untuk dipahami oleh masyarakat, berfokus pada isu-isu sosial sering digunakan untuk melakukan komunikasi secara efektif, dan meningkatkan kesiapan masyarakat untuk hubungan usaha suatu perusahaan. UU Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007 menjelaskan bahwa Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban akan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Faktor lain CSR tidak mempengaruhi perusahaan karena turunya kerjasama bisnis dan ekonomi negara yang menurun, sehingga dianggap pengungkapan CSR tidak memberi pengaruh terhadap nilai perusahaan.
2. Variabel *Sales Growth* (SG) (X2) yang diproxykan dengan PBV berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Teori sinyal menyatakan bahwa pihak internal perusahaan yang memiliki sebuah informasi yang lebih baik tentang perusahaannya akan terdorong untuk mengungkapkan informasi tersebut kepada calon investor dimana perusahaan dapat menaikkan nilai perusahaan melalui laporan tahunannya (Scott, 2012:475). Adapun pelaku usaha menekan harga menjadi lebih rendah dengan cara melakukan efisiensi dan formula lainnya supaya pelaku usaha tersebut dapat menarik

lebih banyak konsumen dibanding pesaingnya, pelaku usaha selalu berlomba untuk melakukan inovasi dan menciptakan produk baru demi terus menjaga pangsa pasar, pelaku usaha terus melakukan pelayanan-pelayanan kepada konsumen lebih baik dibanding pesaing-pesaingnya, sehingga menimbulkan pendapatan yang meningkat.

3. Variabel *Capital Intensity* (CI) (X3) yang diproxykan dengan PBV tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Intensitas modal yang kecil yang dibutuhkan perusahaan akan berdampak terhadap pendapatan yang kecil. Karena seberapa kecil dan besarnya modal yang dimiliki perusahaan berpengaruh terhadap tinggi rendahnya pendapatan perusahaan. Maka sebuah perusahaan seharusnya harus pandai-pandai dalam mengatur strategi agar calon investor mudah untuk menanamkan sahamnya terhadap perusahaan. Perusahaan yang memiliki aset dan harta yang kecil, investor akan sulit untuk percaya terhadap perusahaan. Menurutnya aktiva dan penghasilan yang dimiliki oleh perusahaan akan menggambarkan bearap laba yang akan diperoleh investor. Adapunn hal lainnya yang dikarenakan perusahaan dalam melakukan investasi tidak memperhatikan peluang dan prospek perusahaan dalam merebut pasar. Variabel *Capital Intensity* (CI) yang diproxykan dengan Tobin's Q berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Besarnya modal yang dimiliki perusahaan membawa dampak atas meningkatnya pendapatan perusahaan, dan saat perusahaan melakukan investasi selalu meperhatikan peluang dan prospek perusahaan dalam merebut pasar. Sehingga konsumen yang tinggi akan berdampak

terhadap tingginya pendatan perusahaan. Dengan tingginya laba yang diperoleh perusahaan, maka investor percaya dan tertarik untuk menanamkan sahamnya terhadap perusahaan. investor percaya atas pengelolaan perusahaan dengan baik hingga menjadi perusahaan yang besar dan yakin investor akan memperoleh laba yang tinggi.

4. Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) (X4) yang diproxykan dengan Tobin's Q tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini investor tidak melihat pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan. CSR masih belum dapat dengan mudah untuk dipahami oleh masyarakat, berfokus pada isu-isu sosial sering digunakan untuk melakukan komunikasi secara efektif, dan meningkatkan kesiapan masyarakat untuk hubungan usaha suatu perusahaan. UU Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007 menjelaskan bahwa Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban akan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Faktor lain CSR tidak mempengaruhi perusahaan karena turunya kerjasama bisnis dan ekonomi negara yang menurun, sehingga dianggap pengungkapan CSR tidak memberi pengaruh terhadap nilai perusahaan.
5. Variabel *Sales Growth* (SG) (X4) yang diproxykan dengan Tobin's Q tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Teori sinyal menyatakan bahwa pihak internal perusahaan yang memiliki sebuah informasi yang

lebih baik tentang perusahaannya akan terdorong untuk mengungkapkan informasi tersebut kepada calon investor dimana perusahaan dapat menaikkan nilai perusahaan melalui laporan tahunannya (Scott, 2012:475). *Sales growth* yang mengalami penurunan yang dikarenakan kualitas produk yang menurun, dan tingkat kecanggihan seperti halnya teknologi yang menjadi suatu kepentingan utama dalam sebuah perusahaan ataupun bisnis, strategi pemasaran juga mempengaruhi banyak tidaknya produk terjual, maka dari itu kecanggihan teknologi sangat dibutuhkan. Hal tersebut dapat memungkinkan menurunnya daya keinginan atau kepuasan pelanggan, sehingga dapat mempengaruhi omset yang diperoleh perusahaan dan tidak sesuai target hingga mengalami kerugian.

6. Variabel *Capital Intensity* (CI) (X6) yang diproxykan dengan Tobin's Q berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Besarnya modal yang dimiliki perusahaan membawa dampak atas meningkatnya pendapatan perusahaan, dan saat perusahaan melakukan investasi selalu memperhatikan peluang dan prospek perusahaan dalam merebut pasar. Konsumen yang tinggi akan berdampak terhadap tingginya pendapatan perusahaan. Tingginya laba yang diperoleh perusahaan, maka investor percaya dan tertarik untuk menanamkan sahamnya terhadap perusahaan. Investor percaya atas pengelolaan perusahaan dengan baik hingga menjadi perusahaan yang besar dan yakin investor akan memperoleh laba yang tinggi.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih jauh dari kata sempurna untuk itu penelitian selanjutnya diharapkan lebih luas dalam mengembangkan serta memperkuat hasil penelitian dengan beberapa pertimbangan. Adapun beberapa pertimbangan yang perlu diperhatikan yaitu:

1. Penelitian selama lima tahun ini terdapat 35 perusahaan yang tidak melaporkan laporan keuangan.
2. Sumber data yang digunakan beberapa mengambil dari *annual report* yang dipublikasikan perusahaan dalam periode 2013-2017.
3. Penelitian ini terdapat data *outlier* untuk mendapatkan data yang berdistribusi normal sehingga hasil yang didapat kurang maksimal.

5.3 Saran

Mengacu pada kesimpulan hasil penelitian, adapun saran-saran yang dapat diberikan peneliti sehubungan dengan penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya diharapkan menambah variabel baru dan tidak mengacu pada penelitian sebelumnya, sehingga variabel lain diluar model dapat diungkapkan.
2. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah tahun periode.
3. Penelitian selanjutnya disarankan tidak hanya menggunakan perusahaan sektor aneka industri tetapi juga disarankan untuk menggunakan perusahaan lain yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

DAFTAR PUSTAKA

- Andri, M. (2016). Pengaruh Struktur Aktiva, Struktur Modal, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Publik Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Studi Pada Sektor Otomotif. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(1), 207-218.
- Ardianti, F., & Denies, P. (2016). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Keputusan Investasi, Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 5(2), 16-28.
- Brigham and Daves. 2010. *Intermediate Financial Management*. Tenth Edition. Cengage Learning: South Western, 9.
- Ghozali, Imam. 2011. “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 19*”, Edisi 5 Cetakan V, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Golob, U., dan Bartlett, J. L. (2007). Communicating about corporate social responsibility: A comparative study of CSR reporting in Australia and Slovenia. *Public Relations Review*, 33, 1, 1-9.
- Hermuningsih, S., 2012. “Pengaruh Profitabilitas, Size Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening”. *Jurnal Siasat Bisnis* 16(2): 232-242.
- Hidayat, M. (2019). Pengaruh Manajemen Pajak, Pertumbuhan Penjualan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Di Bei Periode 2014-2016. *Measurement: Jurnal Akuntansi*, 12(2), 90-100.
- <https://www.sahamonline.id/2018/02/berita-saham-asii-28-februari-2018.html>
(diakses tanggal 9 Juli 2019)
- Jogiyanto., (2010). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Edisi ke-8. BPF. Yogyakarta.
- Liu, X., & Zhang, C. (2017). Corporate governance, social responsibility information disclosure, and enterprise value in China. *Journal of Cleaner Production*, 142, 1075-1084.
- Meidiyustiani, Rinny. 2016. “Pengaruh Modal Kerja, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan dan Likuiditas Terhadap Profitabilitas pada

Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode Tahun 2010-2014. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* Edisi Oktober 2016. Vol. 5. No 8. hal 161-179

Mawar, S. R. P., Sri, M., & Irvan, T. (2015). Analisa Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Return On Asset, dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan yang Tercatat di Indeks LQ 45. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(1), 961-971.

Nur, F. A. H. (2018). Pengaruh Proper Dan Csrd Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015. *Majalah Ilmiah Inti (Informasi Dan Teknologi Ilmiah)*, 13(2), 228-235, 228-235.

Putri, S. E., Agusti, R., & Silfi, A. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Return On Asset (Roa), Leverage dan Intensitas Modal terhadap Tarif Pajak Efektif (Studi Empiris pada Perusahaan Transportasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2013). *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Ekonomi*, 3(1), 1506-1519.

Rashid, K., dan Islam, S. M. (2008). *Corporate governance and firm value; Econometric modelling and analysis of emerging and developed financial markets*. Bingley: Emerald Group Publishing Limited.

Riskin Hidayat. (2010). Keputusan Investasi dan *Financial Constraints* : Studi Empiris Pada Bursa Efek Indonesia. *Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan*, April 2010.

Rodriguez, E., F & Arias, A., M. 2013. *Do Business Characteristics Determine an Effective Tax Rate ?*. *The Chinese Economy*, vol. 45 No. 6, 60-83.

Scott, William R. 2012. *Financial Accounting Theory Sixth Edition*. Toronto Pearson Prentice, 475.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan, Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta

Tobing, H., Andreas, A., & Diyanto, V. D. V. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Return On Asset, Leverage, Capital Intensity Dan Inventory Intensity Terhadap Tarif Pajak Efektif (Studi Pada Perusahaan Perdagangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Online Mahasiswa (Jom) Bidang Ilmu Ekonomi*, 1(1), 1-15.

Wijaya, B. I., dan Sedana, I. B. 2015. "Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Kebijakan Dividen Dan Kesempatan Investasi Sebagai Variabel Mediasi)." *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4 (12).

Zeng, T. (2016). Corporate social responsibility, tax aggressiveness, and firm market value. *Accounting Perspectives*, 15(1), 7-30.