

**ANALISIS UKURAN PERUSAHAAN DAN *CORPORATE*  
*SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI  
PERUSAHAAN PADA SUB SEKTOR  
FARMASI YANG TERDAFTAR  
DI BURSA EFEK INDONESIA  
YANG DI LISTING**

**OLEH :**

**GIO VANNI ROMPAS  
E.2117098**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Ujian  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana



**PROGRAM SARJANA  
UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO  
GORONTALO  
2021**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**ANALISIS UKURAN PERUSAHAAN DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA SUB SEKTOR FARMASI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA**

**OLEH :**

**GIO VANNI ROMPAS  
E.2117098**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Ujian  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Dan Telah Di Setujui Oleh Tim Pembimbing Pada Tanggal  
Gorontalo, 02 Juni 2021

**Menyetujui :**

  
Pembimbing I  
Muh. Fuad Alamsyah, SE., M.Sc  
NIDN. 0921048801

  
Pembimbing II  
Pemy Christaan, SE., M.Si  
NIDN. 0918027909

## **LEMBAR PERSETUJUAN**

# **ANALISIS UKURAN PERUSAHAAN DAN CORPORATE SOCIAL REPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA SUB SEKTOR FARMASI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA**

Oleh  
GIO VANNI ROMPAS  
E2117098

### **SKRIPSI**

Diperiksa Oleh Panitia Ujian Strata Satu (S1)  
Universitas Ichsan Gorontalo

1. Dr. Abd. Gaffar La TJokke.,M.Si :
2. Eka Zahra Solikahan.,SE.MM :
3. Nurhayati Ollii.,SE.MM :
4. Muh. Fuad Alamsyah.,SE.M.Sc :
5. Pemy Christiaan.,SE.M.Si :



**Mengetahui :**



**Fakultas Ekonomi**

**Dr. Agawan, S.Psi.,SE.,MM**  
NIDN : 0922057502



**Fakultas Ilmu Manajemen**

**Eka Zahra Solikahan, SE., MM**  
NIDN : 0922018501

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah hasil dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana) baik di Universitas Ichsan Gorontalo maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang telah dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dicantumkan secara acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena skripsi ini, serta sanksi lain sesuai dengan norma yang berlaku diperguruan tinggi ini.

Gorontalo, 8 Juni, 2021  
Yang Membuat Pernyataan



Gio Vanni Rompas  
E21.17098

## **ABSTRACT**

### **GIO VANNI ROMPAS. E2117098. THE INFLUENCE OF THE FIRM SIZE AND CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ON THE FIRM VALUE**

*The research aims at finding and analyzing the significance of the influence of the firm size and corporate social responsibility on the firm value. The research is done at the Indonesia Stock Exchange with the period of research between 2015 – 2019. The samples of the research consist of eight companies through the Purposive Sampling technique. The data analysis technique applied in this research is the Multiple Regression Analysis. Based on the data analysis, it is found that the firm size/Ln Total Asset (X1) and the Corporate Social Responsibility/CSRDI (X2) do not simultaneously affect the firm value/PBV (Y). The significance of the simultaneous effect is 6.2% and the remaining 94.8% is affected by other variables that are not part of the research. Partially, the firm size/Ln Total Asset (X1) influences the firm value/PBV (Y) by 4.9% which is considered significant based on the t-test and has a positive projection. The Corporate Social Responsibility/CSRDI (X2) affects the firm value/PBV (Y) by 51.8% which assumed insignificant based on the t-test and has a negative projection. The result of the research indicates that (1) the firm size does not significantly affect the firm value (2) the corporate social responsibility does not significantly affect the firm value.*

*Keywords: firm size, Corporate Social Responsibility, firm value*

## ABSTRAK

### **GIO VANNI ROMPAS. E2117098. PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar Pengaruh Ukuran Perusahaan, dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan. Penelitian ini dilakukan di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan periode penelitian tahun 2015-2019. Sampel dari penelitian ini berjumlah 8 perusahaan. Metode penentuan sampel digunakan adalah *Purposive Sampling*. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Berganda. Berdasarkan analisis data, ditemukan bahwa ukuran perusahaan (*Ln Total Asset*) (X1) dan *Corporate Social Responsibility* (CSRDI) (X2) secara simultan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV) (Y). Besarnya pengaruh simultan adalah 6,2% sedangkan sisanya 94,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Secara parsial ukuran perusahaan (*Ln Total Asset*) (X1) terhadap nilai perusahaan (PBV) (Y) sebesar 4,9%, besar pengaruhnya signifikan berdasarkan uji\_t dan memiliki arah yang positif. *Corporate Social Responsibility* (CSRDI) (X2) terhadap nilai perusahaan (PBV) sebesar 51,8%, besar pengaruhnya tidak signifikan berdasarkan uji\_t dan memiliki arah yang negative. Hasil analisis data menunjukkan bahwa: (1) ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (2) *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: Ukuran Perusahaan, *Corporate Social Responsibility*, Nilai Perusahaan



## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **“MOTTO”**

**Bukanlah jabatan yang membuat seseorang dihormati,  
tetapi oranglah yang membuat jabatan tersebut di hormati.  
Tanpa kemauan dan dedikasi seseorang tidak dapat mengubah dirinya  
sendiri.**

**(Gio Vanni Rompas)**

### **“PERSEMBAHAN”**

**Atas Ridho-Nya kupersembahkan karya ini sebagai rasa terima kasihku  
kepada kedua orang tuaku, ayahku(Sony Rompas) dan ibuku(Lili Runtulalo)  
yang telah melahirkan,membesarkan, membimbingku, dan tiada henti  
memberikan doa, motivasi serta cinta dan kasih sayang. Untuk saudaraku  
tercinta yang tiada hentinya memberikan doa dan dukungan, serta teman-  
temanku yang selalu menemani baik suka maupun duka.  
Semoga limpahan rahmat dan cinta kasih allah selalu menyertai amin.**

**ALMAMATERKU TERCINTA  
UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO  
TEMPATKU MENIMBA ILMU  
2021**

## KATA PENGANTAR

Assalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puja dan puji syukur kepada Allah SWT yang mahakuasa yang telah mengkaruniakan rahmat dan hidayahnya kepada seluruh makhluk yang ada di muka bumi ini, shalawat serta salam saya haturkan kepada Nabi besar kita, Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari alam yang gelap ke alam terang menderang. Selanjutnya penulis kembali mengucapkan syukur yang tak terhingga kepada Kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan hidayahnya, kepada kedua orang tua yang telah banyak berkorban keringat hingga doa yang terputuskan sehingga penulis dapat menyelesaikan usulan penelitian yang berjudul “Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sub Sektor Farmasi Di Bursa Efek Indonesi (BEI)”

Penulis menyadari bahwa penyusunan Skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dan dorongan dari berbagai macam pihak oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada Muh. Ichsan Gaffar.,SE.,M.AK.CSRS selaku Ketua Yayasan Pengembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (YPIPT) Universitas Ichsan Gorontalo, Bapak Dr. Hi. Abd. Gaffar La Djokke.,M.Si selaku Rektor Universitas Ichsan Goronntalo, Bapak Ariawan, S.Psi.,SE.,MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Bapak, Muh.Fuad Alamsyah.,SE.,M.Sc selaku Pembimbing I yang selalu memberikan saran dan solusi bagi penulis, Bapak Ardiwansyah Nanggong., SE,M.Sc selaku Wakil Dekan I, Ibu Nurhayati Olii, SE.,MM selaku Wakil Dekan II, Bapak Syaiful



Pakaya.,SE.MM selaku Wakil Dekan III, Ibu Eka Zahra Solikahan.,SE.MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi. Ibu Pemy Christian SE.,M.,Si selaku pembimbing II yang selalu memberikan saran bagi penulis, seluruh staff dan dosen di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Ichsan Gorontalo yang telah mendidik penulis hingga terselesainya skripsi saya, Orang tua yang selalu memberi dukungan dan dorongan dari segi Moril maupun Materil.

Akhirnya penulis memohonkan maaf yang sebesar-besarnya ketika dalam penulisan skripsi ini masih banyak kesalahan, karena kita manusia tidak luput dari kesalahan, olehnya kritik serta saran sangat dibutuhkan demi memberikan kesempurnaan dalam penulisan skripsi ini.

Gorontalo, 8 Juni 2021

Penulis  
Gio Vanni Rompas  
E21.17098

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTARTABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv

## BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan masalah .....	8
1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian .....	8
1.3.1 Maksud Penelitian .....	8
1.3.2 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	9
1.4.2 Manfaat Praktis .....	9

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Pustaka .....	10
2.1.1 Pengertian Ukuran Perusahaan .....	10
2.1.2 Klasifikasi Ukuran Perusahaan .....	13
2.1.3 Pengukuran Ukuran Perusahaan .....	14
2.1.4 Pengertian <i>Social Responsibility Corporate</i> .....	15
2.1.5 Manfaat <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	17
2.1.6 Prinsip-Prinsip CSR .....	20
2.1.7 Pendekatan CSR .....	21

2.1.8 Pengukuran CSR .....	22
2.1.9 Indikator <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	23
2.1.10 Pengertian Nilai Perusahaan .....	27
2.1.11 Metode Pengukuran Nilai Perusahaan .....	28
2.1.12 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan.....	33
2.1.13 Hubungan Antar Variabel.....	34
2.1.14 Penelitian yang Relevan .....	34
2.2 Kerangka Pemikiran.....	37
2.3 Hipotesis .....	38
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Objek Penelitian .....	43
3.2 Metode Penelitian .....	43
3.2.1 Metode Yang Digunakan .....	43
3.2.2 Oprasional Variabel Penelitian .....	44
3.3 Populasi Dan Sampel .....	45
3.3.1 Populasi.....	45
3.3.2 Sampel .....	46
3.4 Sumber Data Dan Teknik Pengumpulannya .....	47
3.4.1 Sumber Data .....	47
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data .....	48
3.5 Prosedur Pengujian Instrumen Penelitian .....	48
3.5.1 Uji Asumsi Klasik .....	48
3.6 metode Analisis Data .....	51
3.6.1 Analisis Regresi Berganda.....	51
3.7 Rancangan Uji Hipotesis .....	52
3.7.1 Uji koefisien Determinasi .....	52
3.7.2 Uji Kelayakan Model (Uji F) .....	53
3.7.3 Uji Hipotesis (Uji T).....	53

3.8 Rencana Jadwal Penelitian .....	54
-------------------------------------	----

#### BAB IV PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum.....	55
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan .....	56
4.2. Analisis Deskriptif Penelitian .....	57
4.2.1. Statistik Deskriptif .....	66
4.2.2. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	68
4.2.3. Analisis Regresi Berganda.....	73
4.2.4. Pengujian Hipotesis.....	75
4.2.4.1. Analisis Koefisien Determinasi.....	75
4.2.4.2. Hasil Uji Parsial (Uji $f$ ).....	76
4.2.4.3. Hasil Uji Simultan (Uji $t$ ) .....	78
4.3. Pembahasan Hasil Penelitian.....	79

#### BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	84
5.2. Saran.....	85

#### DAFTAR PUSTAKA

#### LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Rata-rata Penutupan Harga Saham.....	6
Tabel 2.1 Indikator pengungkapan CSR.....	23
Tabel 3.1 Operasional Variabel .....	45
Tabel 3.2 Daftar Perusahaan Sub Sektor Farmasi .....	46
Tabel 3.3 Daftar Sampel Perusahaan Sub Sektor Farmasi .....	47
Tabel 4.1 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	67
Tabel 4.2 Uji Kolmogorov .....	69
Tabel 4.3 Autokorelasi.....	70
Tabel 4.4 Multikolinierita .....	71
Tabel 4.5 Uji Heteroskedestisitas .....	72
Tabel 4.6 Model Analisis Regresi Berganda.....	74
Tabel 4.7 Koefisien Determinasi .....	75
Tabel 4.8 Uji Parsial .....	76
Tabel 4.9 Uji Simultan .....	77

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	39
Gambar 3.1 Regresi Berganda .....	52
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Dvla.....	56
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Inaf .....	58
Gambar 4.3 Struktur Organisasi Kaef.....	60
Gambar 4.4 Struktur Organisasi Klbf .....	61
Gambar 4.5 Struktur Organisasi Merck .....	63
Gambar 4.6 Struktur Organisasi Pyfa .....	64
Gambar 4.7 Struktur Organisasi Sido .....	65
Gambar 4.8 Struktur Organisasi Tspc.....	66

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 PERHITUNGAN UKURAN PERUSAHAAN.....	81
Lampiran 2 PERHITUNGAN <i>CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY</i> .....	83
Lampiran 3 Perhitungan NILAI PERUSAHAAN .....	85
Lampiran 7 Deskriptif Statistik.....	92
Lampiran 8 Surat Keterangan Izin Penelitian .....	93
Lampiran 9 Surat Balasan Keterangan Izin Penelitian .....	94
Lampiran 10 Surat Rekomendasi Bebas Plagiasi.....	95
Lampiran 11 Hasil Tes Turnitin.....	96
Lampiran 12 Curriculum Vitae .....	100



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Pertumbuhan perekonomian di Indonesia saat ini mengalami peningkatan yang sangat pesat, sejalan dengan era globalisasi ekonomi yang dihadapi oleh pelaku masyarakat dunia. Dalam dunia bisnis perekonomian selalu mengalami perubahan dan persaingan yang semakin ketat, sehingga menuntut para pelaku ekonomi untuk dapat mempertahankan perusahaannya dengan menerapkan prinsip-prinsip ekonomi yang tidak hanya berorientasi pada pencapaian laba maksimal, tetapi juga bisa meningkatkan nilai perusahaan, memakmurkan pemilik perusahaan dan para pemegang saham. Sebuah perusahaan harus memiliki tujuan yang jelas dalam menjalankan bisnisnya yaitu bisa mencapai keuntungan yang maksimal, memakmurkan pemilik perusahaan dan pemegang saham, serta memaksimalkan nilai perusahaan yang dapat dilihat dari harga sahamnya. Perusahaan yang menerbitkan sahamnya merupakan perusahaan yang sudah *go public* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Perusahaan yang terdaftar di (BEI) Bursa Efek Indonesia merupakan perusahaan yang telah *go public* dengan mencakup banyak industri salah satunya adalah sub sektor farmasi. Perusahaan farmasi adalah perusahaan yang berada dibidang kesehatan yang membuat berbagai macam obat-obatan yang dibutuhkan oleh masyarakat luas. Tujuan utama perusahaan yang telah *go public* pada umumnya adalah memaksimalkan nilai perusahaan yang dapat dilihat dari tingginya harga

saham, meningkatnya harga saham pada sub sektor farmasi membuat nilai perusahaan juga mengalami peningkatan, nilai perusahaan yang tinggi merupakan suatu keuntungan jangka panjang yang di peroleh perusahaan yang akan terlihat dari harga sahamnya, karena salah satu penilaian yang dilakukan oleh investor yaitu dengan melihat tingginya harga saham suatu perusahaan (Sukrini, 2014).

Semakin baik nilai perusahaan investor akan memandang perusahaan mempunyai reputasi baik, karena nilai perusahaan yang tinggi menggambarkan kinerja perusahaan yang baik dan dapat menggambarkan prospek kekayaan perusahaan di masa depan (Sugiarti, 2016). Harga pasar saham yang lebih tinggi dapat mencerminkan nilai perusahaan yang lebih tinggi (Sukirni, 2012). Harga saham yang lebih tinggi membuat nilai perusahaan semakin tinggi dan memperkuat kepercayaan pasar terhadap kinerja perusahaan saat ini dan dimasa datang.

Nilai perusahaan tercermin dari harga sahamnya, semakin tinggi harga saham maka akan semakin tinggi nilai perusahaannya (Sudana,2014:7). Nilai perusahaan sangat penting karena mencerminkan kondisi perusahaan, dengan perusahaan memiliki kinerja yang baik dapat mempengaruhi persepsi pelaku pasar terhadap perusahaan. Nilai perusahaan merupakan salah satu indikator kinerja keuangan diemiten (Ngurah et al, 2016). Menurut Cecilia, Rambedan Torong (2015), nilai perusahaan merupakan konsep penting bagi investor karena merupakan indikator bagi pasar untuk menilai perusahaan secara keseluruhan. Nilai perusahaan dapat dinyatakan dalam *price to book value* (PBV). Menurut Herry (2016), *price book value* (PBV) adalah perbandingan antara harga pasar saham dan nilai buku saham.

Meningkatnya nilai perusahaan dapat di lihat dari ukuran perusahaannya dimana semakin besar skala atau ukuran perusahaan maka akan semakin mudah perusahaan untuk mendapatkan sumber pendanaan baik secara eksternal maupun secara internal. Jika perusahaan bisa memperhatikan ukuran perusahaannya maka perusahaan tersebut akan memperoleh laba yang maksimum, sehingga hal ini dapat dijadikan sebagai sinyal bagi perusahaan untuk menarik investor melakukan investasi (Ayu dan Ary, 2013). Ukuran perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya nilai *equity*, nilai penjualan atau nilai aktiva (Riyanto, 2013).

Ukuran perusahaan dianggap mampu untuk memengaruhi nilai dari suatu perusahaan. Karena semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin mudah perusahaan mendapatkan dana, dana itu akan dikelola oleh manajemen untuk meningkatkan nilai perusahaan (Sugiarti, 2016). Menurut Meoljono (2013), ukuran perusahaan dapat di ukur menggunakan *Ln Total Asset*. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Maryam (2014), dan Prasetyorini (2013) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Zubir, (2017) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Menurut Wahyudi (2016), ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Semakin besarnya ukuran suatu perusahaan maka tanggung jawab sosial perusahaan akan semakin besar sehingga perusahaan perlu menerapkan *corporate social responsibility* didalam perusahaannya, karena *corporate social responsibility* adalah suatu bentuk tanggung jawab dalam memperbaiki kerusakan lingkungan dan

kesenjangan sosial perusahaan yang diakibatkan dari aktivitas yang dilakukan oleh operasional perusahaan Rusdianto (2013). Jika perusahaan mampu mempertanggung jawabkan lingkungan perusahaannya maka *image* atau citra dari perusahaan tersebut akan meningkat, sebab investor lebih ingin memberikan investasi pada perusahaan yang mempunyai citra yang baik di mata masyarakat, jika loyalitas masyarakat semakin tinggi maka citra dari perusahaan pada sub sektor farmasi akan semakin baik, sehingga penjualan serta profitabilitas perusahaan akan semakin meningkat dalam kurun waktu tertentu (Retno dan Priantinah, 2013). Kondisi finansial perusahaan ternyata tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan, keberlanjutan perusahaan akan terjamin jika perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan sehingga perusahaan bertanggung jawab atas aktivitas yang dilakukannya kepada para *stakeholder* (pemangku kepentingan), salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR) Kesadaran mengenai pentingnya praktik CSR menjadi *trend global*, seiring dengan maraknya kepedulian masyarakat terhadap lingkungan perusahaan, Oleh karena itu, perusahaan wajib mencantumkan pengungkapan CSR dalam laporan tahunannya sebagai bentuk strategi jangka panjang (Sujana, 2017).

*Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah sebagai komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui praktik bisnis yang baik dan berkontribusi sebagian sumber daya perusahaan Gassing (2016:163). Menurut Pradipta (2015), *Corporate Social Responsibility* diukur dengan menggunakan *Corporate Social Responsibility Disclosure Indeks*(CSRDI) yang sesuai dengan *Global Reporting Initiatives* (GRI) G-4 yang terdiri dari 6 tema

dan 91 item. Penelitaian terdahulu yang dilakukan oleh Dian dan Lidyah (2014) bahwa CSR berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan. Menurut Yokhebed (2015) bahwa CSR memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dan Tampubolon (2016), CSR memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Menurut Purnamawati dkk (2017), CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini dilakukan pada sub sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), sub sektor farmasi merupakan salah satu sub sektor industri yang dalam perekonomian di Indonesia berkontribusi sebesar 30 persen bagi PDB (pruduk domestik bruto). Meskipun perkembangan dari industri ini terus meningkat, namun industri farmasi ini masih terhambat dengan bahan bakunya karena 70 persen dari bahan tersebut masih di impor, pembangunan pabrik dari bahan baku industri farmasi sangatlah sulit karena harus didukung oleh kesiapan dari industri pendukungnya yaitu seperti industri kimia dasar di Indonesia, industri kimia saat ini belum terlalu maksimal sehingga di butuhkan kerjasama dengan pemerintah, (Tribun News, 5 Mei 2018).

Di kutip dari kompas.com pada 19 Agustus 2020 komite gabungan perusahaan farmasi Indonesia mengungkapkan bahwa pertumbuhan industri farmasi pada tahun 2017 sebesar 6,85% dan pada 2018 sebesar 7,36% dan pada tahun 2019 sebesar 8,12% pertumbuhan industri farmasi di Indonesia di nilai baik karena melampaui pertumbuhan ekonomi di Indonesia sebesar 5,06% , hal ini di karenakan masyarakat dalam Negeri sangat mementingkan kesehatannya sehingga penjualan meningkat karena adanya peningkatan pada konsumsi obat.

Nilai investasi pada sub sektor farmasi mengalami peningkatan dari tahun 2017-2019, pada tahun 2017 nilai investasi mencapai Rp 5,8 triliun dan pada tahun 2019 mencapai Rp 243,9 triliun. Dengan adanya penambahan investasi maka pendapatan atau keuntungan yang di dapat oleh perusahaan juga akan meningkatkan asset dari perusahaan yang ada di sub sektor farmasi, sehingga hal tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan tersebut. Tingginya nilai suatu perusahaan dapat tercermin dari tingginya harga saham (Sukirni, 2012). Untuk melihat harga saham dapat dilihat dari rata-rata harga saham pada perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia :

**Tabel 1.1**  
**Daftar harga saham tahunan pada sub sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2015-2019 (dinyatakan dalam rupiah)**

NO	KODE PERUSAHAAN	TAHUN				
		2015	2016	2017	2018	2019
1	DVLA	1.300	1.755	1.960	1.940	2.250
2	INAF	168	4.680	5.900	6.500	870
3	KAEF	870	2.750	2.700	2.600	1.250
4	KLBF	1.320	1.515	1.690	1.520	1.620
5	MERK	6.775	9.200	8.500	4.300	2.850
6	PYFA	112	200	183	189	198
7	SIDO	550	520	545	840	1.230
8	TSPC	1.750	1.970	1.800	1.390	1.395
<b>TOTAL</b>		<b>12.845</b>	<b>22.590</b>	<b>23.278</b>	<b>19.279</b>	<b>11.663</b>
<b>RATA-RATA</b>		<b>1,603</b>	<b>2,824</b>	<b>2,910</b>	<b>2,410</b>	<b>1,457</b>

Berdasarkan tabel 1.1 diatas bisa dilihat bahwa rata-rata harga saham di sub sektor farmasi mengalami fluktuasi pada lima tahun terakhir. Pada tahun 2015-2017 mengalami peningkatan, disebabkan karena nilai tukar rupiah stabil sehingga kinerja di beberapa emiten farmasi mengalami peningkatan, kondisi tersebut

membuat penjualan di sub sektor farmasi mengalami peningkatan, Karena meningkatnya kebutuhan dibidang kesehatan serta kemampuan perusahaan dalam meyakinkan masyarakat dan konsumen perihal produk-produk kesehatan yang dihasilkan oleh perusahaan farmasi tersebut (Kontan.co.id 2019). Pada tahun 2018-2019 mengalami penurunan. Karena lemahnya nilai tukar rupiah mempengaruhi kinerja emiten farmasi, sebab mayoritas bahan baku obat masi di impor, sehingga menyebabkan daya beli masyarat menurun dan terjadi perlambatan pada volume penjualan (Kontan.co.id 2020).

Harga saham yang tinggi akan meningkatkan nilai perusahaan, sebaliknya jika harga saham turun maka nilai perusahaan juga ikut turun, sebab nilai perusahaan merupakan konsep penting bagi investor karena merupakan indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Sebab nilai perusahaan tercermin dari harga sahamnya. Harga saham yang meningkat akan membuat ukuran perusahaan semakin besar karena ukuran perusahaan dengan skala yang besar akan membutuhkan tanggung jawab yang besar pula, sehingga perusahaan perlu menerapkan CSR dalam perusahaannya, sebab CSR merupakan bentuk tanggung jawab dalam memperbaiki kerusakan lingkungan dan kesenjangan social perusahaan yang di akibatkan dari aktivitas yang dilakukan oleh oprasional perusahaan. Jika perusahaan mampu mempertanggung jawabkan lingkungan perusahaannya, maka *image* atau citra dari perusahaan tersebut akan meningkat, karena investor memilih memberikan investasi pada perusahaan yang memiliki citra yang baik di mata masyarakat maupun konsumen.



Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian lebih lanjut yang di formulasikan dalam judul **“Pengaruh Ukuran Perusahaan dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan pada Sub Sektor Farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia”**.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka rumusan masalah yang diajukan yaitu :

1. Seberapa besar pengaruh ukuran perusahaan ( $\ln$  Total Asset) ( $X_1$ ) terhadap nilai perusahaan ( $Y$ ) pada Perusahaan Sub Sektor Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Seberapa besar pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSRI) ( $X_2$ ) terhadap nilai perusahaan ( $Y$ ) pada Perusahaan Sub Sektor Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

## **1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian**

### **1.3.1. Maksud Penelitian**

Penelitian ini dimaksudkan untuk meneliti dan mengkaji pengaruh yang ditimbulkan oleh variabel Ukuran Perusahaan dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan.

### **1.3.2. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui serta menganalisis pengaruh ukuran perusahaan ( $\ln$  Total Asset) ( $X_1$ ) terhadap nilai perusahaan ( $Y$ ) pada perusahaan Sub Sektor Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia
2. Untuk mengetahui serta menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSRI) ( $X_2$ ) terhadap nilai perusahaan ( $Y$ ) pada perusahaan Sub Sektor Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia

### **1.4. Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dalam memahami pengetahuan perihal ukuran perusahaan, *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Nilai Perusahaan.

#### **1.4.2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis kepada semua pihak yang membutuhkan serta buat para peneliti yang ingin melakukan penelitian sejenis ataupun penelitian lanjutan.

#### **1.4.3. Manfaat Bagi Penulis**

Penelitian ini dapat menambah wawasan, pengetahuan dan pengalaman dalam bidang penelitian dan merupakan wujud untuk mendapatkan gelar S1

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS**

#### **2.1 Kajian Pustaka**

##### **2.1.1 Pengertian Ukuran Perusahaan**

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara, antara lain : log total aktiva, log total penjualan, kapitalisasi pasar. Menurut Hery (2017:97) Ukuran Perusahaan merupakan skala yang menunjukkan besar atau kecilnya suatu perusahaan. Terdapat berbagai proksi yang biasanya digunakan untuk mewakili ukuran perusahaan, yaitu jumlah karyawan, total asset, jumlah penjualan, dan kapitalisasi pasar. Skala perusahaan merupakan ukuran yang dipakai untuk mencerminkan besar kecilnya perusahaan yang didasarkan kepada total asset perusahaan (Hery (2017:97)).

Menurut Ghazali (2016:110), ukuran perusahaan dapat menggunakan tolak ukur total asset. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan proksi total asset, hal ini dimaksudkan untuk mengurangi fluktuasi data yang berlebih. Jika nilai total asset langsung dipakai begitu saja maka nilai variabel akan sangat besar, miliar bahkan triliun. Karena total asset perusahaan bernilai besar maka hal ini dapat disederhanakan dengan mentransformasikannya kedalam logaritma natural, tanpa mengubah proporsi dari nilai asal yang sebenarnya.

Pendapat Jogiyanto (2016:98) dimana suatu perusahaan yang besar yang sahamnya tersebar sangat luas, setiap perluasan modal saham hanya akan

mempunyai pengaruh yang kecil terhadap kemungkinan hilangnya atau tergesernya pengendalian dari pihak yang dominan terhadap perusahaan bersangkutan. Ukuran perusahaan merupakan gambaran besar kecilnya perusahaan yang ditentukan berdasarkan ukuran nominal, misalnya jumlah kekayaan dan total penjualan perusahaan dalam satu periode penjualan, maupun kapitalisasi pasar. Pengelompokkan perusahaan atas dasar skala operasi (besar dan operasi) dapat dipakai oleh investor sebagai salah satu variabel dalam menentukan keputusan (Hery, 2017:125). Menurut Kasmir (2017:210), bahwa semakin baik kualitas laporan keuangan yang disajikan maka akan semakin meyakinkan pihak eksternal dalam melihat kinerja keuangan perusahaan tersebut, yang otomatis tentunya pihak-pihak yang berhubungan dengan perusahaan akan merasa puas dalam berbagai urusan dengan perusahaan.

Terdapat dua pandangan tentang bentuk hubungan ukuran perusahaan terhadap manajemen laba. Pandangan pertama menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki hubungan positif terhadap manajemen laba. Artinya, semakin besar ukuran perusahaan maka akan menyebabkan semakin besar manajemen laba. Hal ini dikarenakan perusahaan-perusahaan besar yang memiliki biaya politik tinggi lebih cenderung memilih metode akuntansi untuk mengurangi laba yang dilaporkan dibandingkan perusahaan-perusahaan kecil.

Menurut pendapat Hery, (2017:119), bahwa ukuran perusahaan yang biasa dipakai untuk menentukan tingkatan perusahaan adalah:

1. Tenaga kerja, merupakan jumlah pegawai tetap dan honorer yang terdaftar atau bekerja di perusahaan pada suatu saat tertentu.

2. Tingkat penjualan, merupakan volume penjualan suatu perusahaan pada suatu periode tertentu.
3. Total hutang, merupakan jumlah hutang perusahaan pada periode tertentu.
4. Total aktiva, yang merupakan keseluruhan aktiva yang dimiliki perusahaan pada saat tertentu.

Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor: 46/M-Dag/Per/9/2009 mengelompokkan Perusahaan dengan didasarkan pada nilai total asset yang dimiliki perusahaan seperti yang diatur dalam pasal 3 ayat 1, 2, dan 3 yang , menyatakan bahwa :

1. Klasifikasi perusahaan kecil, adalah untuk perusahaan dengan kekayaan bersih lebih dari Rp 50 juta sampai dengan maksimum Rp 500juta.
2. Klasifikasi perusahaan menengah, adalah untuk perusahaan dengan kekayaan bersih lebih dari Rp 500 juta sampai dengan maksimum Rp 10 milyar.
3. Klasifikasi perusahaan besar, adalah untuk perusahaan dengan kekayaan bersih lebih dari Rp 10 milyar.

Dalam skala usaha terdapat berbagai ukuran perusahaan yang berbeda, dari perusahaan kecil sampai dengan perusahaan besar perbedaan tersebut tergantung pada investasi yang ditanamkan. Apapun ukuran perusahaannya tujuan yang ingin dicapai tetap sama yaitu suatu perusahaan didirikan adalah untuk menghasilkan laba bagi pemiliknya. Pendapat dari Kasmir (2017:223), ukuran perusahaan adalah

besar kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya nilai *equity*, nilai penjualan atau nilai aktiva.

### **2.1.2.Klasifikasi Ukuran Perusahaan**

Klasifikasi ukuran perusahaan menurut UU No.20 Tahun 2008 dibagi kedalam 4 (empat) kategori yaitu usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar. Pengertian dari usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar menurut UU No. 20 Tahun 2008 Pasal 1 (Satu) adalah sebagai berikut:

1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
2. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasi, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.
3. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

4. Usaha besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

### **2.1.3. Pengukuran Ukuran Perusahaan**

Pengukuran ukuran perusahaan dapat ditentukan dengan berbagai nilai seperti total aktiva, penjualan, modal, laba dan yang lainnya, nilai tersebut dapat menentukan besar kecilnya perusahaan. Berkembangnya suatu perusahaan dari perusahaan kecil hingga menjadi besar tidak lepas dari peran manajer perusahaan dalam mengelola sumber daya pemilik perusahaan (Hery, 2015:15). Menurut Fahmi (2015:257), pengukuran ukuran perusahaan sebagai berikut: Besarnya aset total dapat menggambarkan ukuran perusahaan. Semakin besar aset biasanya ukuran perusahaan tersebut semakin besar. Karena nilai total aset biasanya sangat besar dibandingkan variabel keuangan lainnya, maka dengan maksud untuk mengurangi peluang heteroskedastis, variabel aset diperhalus menjadi : Menurut Kasmir (2017:215), bahwa pengukuran ukuran perusahaan sebagai berikut, besarnya ukuran perusahaan yang dinilai dari total aset, investasi, perputaran modal, alat produksi, jumlah pegawai, keluasan jaringan usaha, penguasaan pasar, output produksi, besaran nilai tambah, besaran pajak terbayarkan, dan seterusnya itu ternyata menjadi bayangan akan kenyataan bahwa korporasi memang identik dengan perusahaan besar.



Adapun rumus untuk pengukuran ukuran perusahaan dapat digunakan yaitu:

$$\text{Ukuran perusahaan} = \ln \text{Total Asset}$$

Berdasarkan pemaparan di atas bahwa dalam pengukuran ukuran perusahaan dapat diproksikan dengan berbagai nilai. Maka untuk menentukan ukuran perusahaan digunakan ukuran aset perusahaan. Karena nilai total aset biasanya sangat besar dibandingkan variabel keuangan lainnya, aset adalah sumber daya yang dikendalikan oleh entitas sebagai akibat dari peristiwa masa lalu yang diharapkan dapat memberikan manfaat ekonomi di masa depan kepada entitas. Semakin tinggi nilai aset mencerminkan ukuran perusahaan tersebut semakin besar.

#### **2.1.4. Pengertian *Corporate Social Responsibility (CSR)***

*Corporate social responsibility* atau tanggung jawab social merupakan sebuah konsep yang sangat populer bagi dunia bisnis saat ini, namun terdapat banyak definisi mengenai definisi dari *Corporate social responsibility*, berikut adalah beberapa definisi mengenai konsep dari *Corporate social responsibility* menurut Danang dan Wika (2016:106).

1. *The World Business Council For Sustainable Development (WBCSD)* mendefinisikan CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan sebagai komitmen dunia usaha untuk terus-menerus bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya sekaligus juga peningkatan kualitas komunitas lokal dan masyarakat secara lebih luas.

2. *World Bank* mendefinisikan CSR sebagai Komitmen bisnis untuk berkontribusi pada pembangunan ekonomi yang berkelanjutan bekerja dengan *employees* dan perwakilan mereka masyarakat lokal dan masyarakat pada umumnya untuk meningkatkan kualitas hidup, cara-cara yang baik untuk bisnis dan baik untuk pengembangan.
3. CSR Forum memberikan defines ini CSR berarti praktek bisnis yang terbuka dan transparan yang didasarkan pada nilai-nilai etika dan menghormati karyawan, masyarakat dan lingkungan.
4. Magnan dan Ferel (2004) memberi definisi CSR sebagai *a business acts in socially esponsible manner when its decision and account for balance diverse stakeholder interest*. Dalam definisi tersebut ditekankan bahwa perlunya memberikan perhatian secara seimbang terhadap kepentingan *stakeholder* yang beragam dalam setiap keputusan dan tindakan yang diambil oleh para pelaku bisnis melalui perilaku yang secara sosial bertanggung jawab.
5. *The Jakarta Consulting Grup* mengemukakan bahwa tanggung jawab sosial diarahkan kedalam (internal) dan keluar (eksternal) perusahaan. Tanggung jawab ke dalam diarahkan kepada pemegang saham dalam bentuk profitabilitas dan pertumbuhan, dan juga karyawan dalam bentuk kompensasi yang adil serta memberikan peluang pengembangan karir bagi karyawan oleh perusahaan tempatnya bekerja. Sementara tanggung jawab keluar berkaitan dengan peran perusahaan dalam pembayaran pajak dan penyediaan lapangan kerja, meningkatkan kesejahteraan, dan kompetensi

masyarakat, serta memelihara lingkungan bagi kepentingan generasi mendatang.

Dari berbagai definisi di atas bahwa tanggung jawab sosial perusahaan merupakan kewajiban perusahaan yang harus dipenuhi sebagai bentuk komitmen dunia usaha untuk menjalankan aktivitas bisnis berdasarkan nilai etis dengan tujuan memberikan perhatian dan kontribusi secara seimbang baik kepada pihak internal perusahaan maupun kepada masyarakat dan pemangku kepentingan lain yang lebih luas agar terwujud proses pembangunan yang berkelanjutan dan memiliki kepedulian terhadap lingkungan.

#### **2.1.5. Manfaat *Corporate Social Responsibility***

Menurut Hendrik (2017:6) terdapat beberapa manfaat dari pelaksanaan program CSR bagi perusahaan yaitu Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merek perusahaan, Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial, mereduksi resiko bisnis perusahaan, melebarkan akses sumber daya bagi operasional usaha, membuka peluang pasar yang lebih luas, mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah, memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*, memperbaiki hubungan dengan regulator, meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan, Peluang mendapatkan penghargaan.

Manfaat CSR tidak hanya dirasakan oleh satu pihak yaitu pihak perusahaan, melainkan juga bagi elemen-elemen lain. Dan berikut adalah manfaat program CSR (Totok, 2014:132).

## 1. Manfaat CSR Bagi Masyarakat

Dengan memperhatikan masyarakat, perusahaan dapat berkontribusi terhadap peningkatan kualitas hidup masyarakat. Perhatian terhadap masyarakat dapat dilakukan dengan cara perusahaan melakukan aktivitas-aktivitas serta pembuatan kebijakan-kebijakan yang dapat meningkatkan kesejahteraan, kualitas hidup, dan kompetensi masyarakat di berbagai bidang. Dengan memperhatikan lingkungan, perusahaan dapat ikut berpartisipasi dalam usaha pelestarian lingkungan demi terpeliharanya kualitas hidup umat manusia dalam jangka panjang. Keterlibatan perusahaan dalam pemeliharaan dan pelestarian lingkungan berarti perusahaan berpartisipasi dalam usaha mencegah terjadinya bencana serta meminimalkan dampak bencana yang diakibatkan oleh kerusakan lingkungan. Dengan menjalankan tanggung jawab sosial, perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar laba jangka pendek, tetapi juga ikut berkontribusi terhadap peningkatan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan (terutama lingkungan sekitar) dalam jangka panjang.

Menurut Clark (Jurnal Junardi, 2019), menyimpulkan bahwa hubungan masyarakat (PR) dengan komunikasi yang efektif dan manajemen hubungan dalam penerapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) akan diperoleh banyak manfaat bagi komunitas, dalam bentuk Peluang penciptaan kesempatan kerja, pengalaman kerja, dan pelatihan, Pendanaan investasi komunitas, pengembangan infrastruktur, Keahlian komersial, kompetensi teknis dan personal individual pekerja yang terlibat, representasi bisnis sebagai promosi bagi prakarsa-prakarsa komunitas.

## 2. Manfaat CSR Bagi Pemerintah

Pelaksanaan CSR juga memberikan manfaat bagi pemerintah. Melalui CSR akan tercipta hubungan antara pemerintah dan perusahaan dalam mengatasi berbagai masalah sosial, seperti kemiskinan, rendahnya kualitas pendidikan, minimnya akses kesehatan, dan lain sebagainya. Kehadiran CSR cukup banyak memberikan kontribusi kepada pemerintah, dalam bentuk dukungan pembiayaan, utamanya karena keterbatasan anggaran pemerintah untuk membiayai pembangunan yang berkaitan dengan penanggulangan kemiskinan. Dukungan sarana dan prasarana (ekonomi, kesehatan, pendidikan/pelatihan, tempat ibadah, sarana olahraga, kesenian, dll.), baik yang (sudah) dimiliki maupun yang dibangun melalui kegiatan CSR, Dukungan keahlian, melalui keterlibatan personil perusahaan utamanya pada kegiatan pengembangan kapasitas masyarakat, Keterlibatan pegiat LSM dalam kegiatan CSR, merupakan sumber belajar, utamanya dalam menumbuhkan, menggerakkan, dan memelihara partisipasi masyarakat dalam pembangunan.

### 3. Manfaat CSR Bagi Korporasi

Menurut Untung (Jurnal Wahida, 2017), mengemukakan bahwa manfaat CSR bagi perusahaan adalah mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merek perusahaan, mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial, mereduksi resiko bisnis perusahaan, melebarkan akses sumber daya bagi operasi sosial, membuka peluang pasar lebih luas, mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah, memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*, memperbaiki hubungan dengan regulator, meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan, Peluang mendapatkan penghargaan.

Menurut Pratiwi (2012), juga menyampaikan beberapa manfaat CSR bagi korporasi, yaitu sebagai berikut, meningkatkan citra perusahaan, memperkuat brand perusahaan, Mengembangkan kerjasama dengan pemangku kepentingan, Membedakan perusahaan dengan pesaingnya, menghasilkan inovasi dan pembelajaran untuk meningkatkan pengaruh perusahaan, membuka akses untuk investasi dan pembiayaan bagi perusahaan, meningkatkan harga saham, Keuntungan CSR bagi perusahaan, layak mendapatkan *social licence to operate*, Mereduksi resiko bisnis perusahaan melebarkan akses sumber daya, membentangkan akses menuju market, mereduksi biaya, memperbaiki hubungan dengan *stakeholder*, memperbaiki hubungan dengan regulator, meningkatkan semangat produktivitas karyawan, Peluang mendapatkan penghargaan.

#### **2.1.6. Prinsip-prinsip CSR**

Berikut prinsip-prinsip *Corporate Social Responsibility* yang telah ditetapkan oleh komisi Brundtland (Jurnal Totok, 2014:164) yaitu Prinsip akuntabilitas utamanya yang terkait dengan dampaknya terhadap masyarakat dan lingkungan, prinsip perilaku etis berdasarkan prinsip-prinsip kejujuran, keadilan, dan integritas, Prinsip menghormati kepentingan *stakeholder*, dalam arti harus menghormati, mempertimbangkan, dan menanggapi kepentingan *stakeholders*, Prinsip penghormatan terhadap supremasi hukum, yaitu organisasi harus menerima bahwa penghormatan terhadap supremasi hukum adalah wajib, Prinsip menghormati norma-norma perilaku internasional, Prinsip menghormati hak asasi manusia, dalam arti organisasi harus menghormati hak asasi manusia dan mengakui pentingnya dan universalitas mereka.

### 2.1.7. Pendekatan CSR

Terdapat beberapa teori mengenai pendekatan *Corporate Social Responsibility*. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh wahidah yang pendapat mengutip Garriga dan Mele (2014) yang mengungkapkan beragam pendekatan CSR di masa lalu (Totok, 2014:168), seperti:

1. Teori deskriptif, dimana organisasi melaksanakan kegiatan CSR dengan cara deskriptif, cukup ikuti hukum, atau untuk sekedar menunjukkan kepada opini publik bahwa mereka melakukan praktik tertentu.
2. Teori instrumental, dimana CSR merupakan instrumen terhadap penciptaan kekayaan untuk memaksimalkan nilai pemegang saham dan pemasaran.
3. Teori politik, dimana CSR di landasi oleh kekhawatiran tentang kekuatan korporasi dalam masyarakat dan tanggung jawab penggunaan kekuatan dalam arena politik.
4. Teori integratif, dimana korporasi difokuskan pada kepuasan tuntutan sosial.
5. Teori etika, berdasarkan tanggung jawab etis perusahaan terhadap masyarakat.

### 2.1.9. Pengukuran CSR

*Corporate social responsibility disclosur* diukur dengan angka indeks *corporate social responsibility disclosur indeks* (CSRDI) hasil *content analysis*, berdasarkan indikator GRI (*global reporting initiatives*)-G4 yang terdiri dari 91 item. Indikator GRI dipilih karena merupakan aturan internasional yang telah diakui oleh perusahaan di dunia. Pendekatan untuk menghitung CSRDI pada



dasarnya menggunakan pendekatan dikotomi yaitu item CSR diberi skore 1 jika diungkapkan dan skore 0 jika tidak diungkapkan (Pradipta 2015). Selanjutnya skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skore untuk setiap perusahaan. GRI-G4 dirancang agar dapat diterapkan secara universal untuk semua organisasi, besar dan kecil, diseluruh dunia. Pengukuran dilakukan berdasarkan indeks pengungkapan masing-masing perusahaan yang dihitung melalui pembagian antara jumlah pendapatan bersih perusahaan dengan jumlah item yang diharapkan diungkapkan perusahaan. Rumus perhitungan *corporate social responsibility disclosur indeks* (CSRDI) adalah sebagai berikut :

$$CSRDI = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Sumber : Paradipta (2015)

Keterangan:

$CSRDI_j$  = *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan j

$n_j$  = Jumlah item untuk perusahaan j,  $n_j \leq 91$

$X_{ij}$  = Dummy variabel, 1 = jika item I diungkapkan, 0 = jika item tidak

Diungkapkan

#### 2.1.10. Indikator *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Dalam standar GRI-G4 indikator kinerja dibagi menjadi 3 komponen utama, yaitu ekonomi, lingkungan, dan sosial mencakup praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja, hak asasi manusia, masyarakat, dan tanggung jawab atas produk dengan total kinerja indikator mencapai 91 indikator. Penjelasannya dapat dilihat dalam tabel 2.1 berikut :

Tabel 2.1

**Indikator *Corporate Social Responsibility* menggunakan *Global Reporting Initiatives* (GRI-G4)**

<b>INDIKATOR KINERJA EKONOMI</b>	
<b>Kinerja Ekonomi</b>	
EC 1	Nilai Ekonomi yang dihasilkan dan didistribusikan secara langsung, termasuk pendapatan, biaya operator, kompensasi kepada karyawan, donasi dan investasi ke masyarakat, laba ditahan dan pembayaran ke penyedia modal serta pemerintah
EC 2	Implikasi keuangan dan berbagai resiko dan peluang untuk segala aktivitas perusahaan dalam menghadapi perubahan iklim
EC 3	Daftar cakupan kewajiban perusahaan dalam perencanaan benefit yang sudah ditetapkan
EC 4	Bantuan finansial signifikan yang diperoleh dari pemerintah
<b>Keberadaan Pasar</b>	
EC 5	Parameter standar upaah karyawan dijenjang awal dibandingkan dengan upah karyawan minimum yang berlaku pada lokasi operasi tertentu
EC 6	Kebijakan, penerapan dan pembagian pembelanjaan pada subkontraktor (mitra kerja) setempat yang ada di berbagai lokasi operasi
EC 7	Prosedur penerimaan tenaga kerja lokal dan proporsi manajemen senior yang diambil dari komunikasi setempat di beberapa lokasi operasi
<b>Dampak Ekonomi Tidak Langsung</b>	
EC 8	Pengembangan dan dampak dari investasi infrastruktur dan pelayanan yang disediakan terutama bagi kepentingan publik melalui perdagangan, jasa dan pelayanan ataupun yang sifatnya natura
EC 9	Pemahaman dan penjelasan atas dampak ekonomi secara tidak langsung termasuk luas dampaknya
<b>INDIKATOR KINERJA LINGKUNGAN</b>	
<b>Material</b>	
EN 1	Material yang digunakan dan diklasifikasikan berdasarkan berat dan Ukuran
EN 2	Presentase material bahan daur ulang yang digunakan
<b>Energi</b>	
EN 3	Pemakaian energi yang berasal dari sumber energi yang utama baik secara langsung maupun tidak langsung
EN 4	Pemakaian energi yang berasal dari sumber utama secara tidak langsung
EN 5	Energi yang berhasil dihemat berkat adanya efisiensi dan konserfasi yang lebih baik
EN 6	Inisiatif penyediaan produk dan jasa yang menggunakan energi efisien atau sumber gaya terbaru serta pengurangan penggunaan energi sebagai dampak dari inisiatif tersebut

EN 7	Inisiatif dalam hal pengurangan pemakaian energi secara tidak langsung dan pengurangan yang berhasil dilakukan
<b>Air</b>	
EN 8	Total pemakaian air dari sumbernya
EN 9	Pemakaian air yang memberi dampak cukup signifikan dari sumber mata Air
EN 10	Presentase dan total jumlah air yang diadur ulang dan digunakan Kembali
<b>Keanekaragaman Hayati</b>	
EN 11	Lokasi dan luas lahan yang dimiliki, disewakan, dikelola atau yang berdekatan dengan area yang dilindungi dan area dengan nilai keanekaragaman hayati yang tinggi diluar area yang dilindungi
EN 12	Deskripsi dampak signifikan yang ditimbulkan oleh aktivitas produk dan jasa pada keanekaragaman hayati ada diwilayah yang dilindungi serta area dengan nilai keanekaragaman hayati diluar wilayah yang dilindungi
EN 13	Habitat yang dilindungi atau dikembalikan kembali
EN 14	Strategi, aktivitas saat ini dan rencana masa depan untuk mengelola dampak terhadap keanekaragaman hayati
EN 15	Jumlah spesies yang termasuk dalam data konservasi nasional dan habitat di wilayah yang terkena dampak operasi, berdasarkan risiko kepunahan
<b>Emisi, Effluent dan Limbah</b>	
EN 16	Total emisi gas rumah kaca secara langsung dan tidak langsung yang diukur berdasarkan berat
EN 17	Emisi gas rumah kaca secara tidak langsung dan relevan yang diukur berdasarkan berat
EN 18	Inisiatif untuk mengurangi gas rumah kaca dan pengurangan yang berhasil dilakukan
EN 19	Emisi dan substansi perusak lapisan ozon yang diukur berdasarkan berat
EN 20	NO, SO dan emisi udara lain yang signifikan dan diklasifikasikan berdasarkan jenis dan berat
EN 21	Total air yang dibuang berdasar kualitas dan tujuan
EN 22	Total berat dari limbah yang diklasifikasikan berdasarkan jenis dan metode pembuangan
EN 23	Total biaya dan jumlah yang tumpah
EN 24	Berat dari limbah yang ditransportasikan, diimpor, diekspor atau diolah yang diklasifikasikan berbahaya berdasarkan <i>Basel Convention Annex I, II, III, dan VIII</i> , dan presentase limbah yang dikapalkan secara Internasional
EN 25	Identitas, ukuran, status yang dilindungi dan nilai keanekaragaman hayati yang terkandung di dalam air dan habitat yang ada di sekitarnya secara signifikan terkena dampak akibat adanya laporan mengenai kebocoran dan pemborosan air yang dilakukan perusahaan

<b>Produk dan Jasa</b>	
EN 26	Inisiatif untuk mengurangi dampak buruk pada lingkungan yang diakibatkan oleh produk dan jasa dan memperluas dampak dari inisiatif Tersebut
EN 27	Presentase dari produk yang terjual dan materi kemasan dikembalikan berdasarkan kategori
<b>Kesesuaian</b>	
EN 28	Nilai moneter dai denda dan jumlah biaya sanksi – sanksi akibat adanya pelanggaran terhadap peraturan dan hukum lingkungan hidup
<b>Transportasi</b>	
EN 29	Dampak signifikan terhadap lingkungan yang diakibatkan adanya transportasi, benda lain dan materi yang digunakan perusahaan dalam operasinya dan para pegawainya
<b>Keselarasan</b>	
EN 30	Jumlah biaya untuk perlindungan lingkungan dan investasi berdasarkan jenis kegiatan
<b>INDIKATOR PRAKTIK TENAGA KEJA DAN PEKERJAAN YANG LAYAK</b>	
<b>Pekerjaan</b>	
LA 1	Komposisi tenaga kerja berdasar tipe pekerjaan, kontrak kerja dan Lokasi
LA 2	Jumlah total rata – rata <i>turnover</i> tenaga kerja berdasarkan kelompok usia, jenis kelamin dan area
LA 3	Benefit yang diberikan kepada pegawai tetap
<b>Hubungan Tenaga Kerja.Manajemen</b>	
LA 4	Persentase pegawai yang dijamin oleh ketetapan hasil negoisasi yang dibuat secara kolektif
LA 5	Batas waktu minimum pemberitahuan yang terkait mengenai perubahan kebijakan operasional, termasuk mengenai apakah hal tersebut akan tercantum dalam perjanjian bersama
<b>Kesehatan dan Keselamatan Kerja</b>	
LA 6	Persentase total pegawai yang ada dalam struktur formal manajemen, yaitu komite keselamatan dan kesehatan kerja yang membantu yang mengawasi dan memberi arahan dalam program keselamatan dan kesehatan kerja
LA 7	Tingkat dan jumlah kecelakaan, penyakit karena jabatan, jumlah hari hilang dan tingkat absensi yang ada berdasarkan area
LA 8	Program pendidikan, pelatihan, pembimbingan, pencegahan dan pengendalian resiko diadakan untuk membantu pegawai, keluarga mereka dan lingkungan sekitar dalam menanggulangi penyakit serius
LA 9	Hal – hal mengenai keselamatan dan kesehatan kerja tercantum secara formal dan tertulis dalam sebuah perjanjian resmi serikat pekerja
<b>Pendidikan dan Pelatihan</b>	

<b>INDIKATOR KINERJA KEMASYARAKATAN/SOSIAL</b>	
<b>Kemasyarakatan</b>	
SO 1	Sifat dasar, cakupan dan keefektifan atas program dan kegiatan apapun yang menilai dan mengelola dampak operasi terhadap masyarakat, termasuk saat memasuki wilayah operasi selama beroperasi dan pasca Operasi
<b>Korupsi</b>	
SO 2	Persentase dan total jumlah unit usaha yang dianalisis memiliki risiko terkait tindakan penyuapan dan korupsi
SO 3	Persentase jumlah pegawai yang dilatih dalam prosedur dan kebijakan perusahaan terkait penyuapan dan korupsi
SO 4	Langkah yang diambil dalam mengatasi kasus tindakan penyuapan dan Korupsi
<b>Kebijakan Publik</b>	
SO 5	Deskripsi kebijakan umum dan kontribusi dalam pengembangan kebijakan umum dan prosedur melobi public
SO 6	Perolehan keuntungan secara finansial dan bentuk keuntungan lainnya yang diperoleh dari hasil kontribusi kepada partai politik, politisi dan instansi terkait oleh negara dimana perusahaan beroperasi
<b>Perilaku anti Persaingan</b>	
SO 7	Jumlah tindakan hukum terhadap pelanggaran ketentuan anti persaingan, anti <i>trust</i> , praktik monopoli dan sanksinya
<b>Kepatuhan</b>	
SO 8	Nilai moneter dari denda dan jumlah biaya sanksi – sanksi akibat pelanggaran hukum dan kebijakan
<b>INDIKATOR KINERJA TANGGUNG JAWAB PRODUK</b>	
<b>Keselamatan dan kesehatan konsumen</b>	
PR 1	Proses dan tahapan kerja dalam mempertahankan kesehatan dan keselamatan konsumen dalam penggunaan produk atau jasa yang dievaluasi untuk perbaikan dan persentase dari kategori produk dan jasa yang terkait dalam prosedur tersebut
PR 2	Jumlah total kasus pelanggaran kebijakan dan mekanisme kepatuhan yang terkait dengan kesehatan dan keselamatan konsumen dalam keseluruhan proses, diukur berdasarkan hasil akhirnya
<b>Pemasangan Label bagi Produk dan Jasa</b>	
PR 3	Jenis informasi produk dan jasa yang dibutuhkan dalam prosedur kerja, dan persentase produk dan jasa yang terkait dalam prosedur tersebut
PR 4	Jumlah total kasus pelanggaran kebijakan dan mekanisme kepatuhan yang terkait dengan informasi produk dan jasa dan pelabelan, diukur berdasarkan hasil akhirnya
PR 5	Praktik – praktik yang terkait dengan kepuasan konsumen, termasuk hasil survey evaluasi kepuasan konsumen
<b>Komunikasi Pemasaran</b>	

PR 6	Program – program yang mendukung adanya standar hukum dan mekanisme kepatuhan terkait dengan komunikasi penjualan, termasuk iklan, promosi dan bentuk kerjasama, diukur berdasarkan hasil akhirnya
PR 7	Jumlah total kasus pelanggaran kebijakan dan mekanisme kepatuhan yang terkait dengan komunikasi penjualan, termasuk iklan, promosi dan bentuk kerjasama, diukur berdasarkan hasil akhirnya
<b>Privasi Konsumen</b>	
PR 8	Jumlah total pengaduan yang tervalidasi yang berkaitan dengan pelanggaran privasi konsumen dan data konsumen yang hilang
<b>Kesesuaian</b>	
PR 9	Nilai moneter dari denda dan jumlah biaya sanksi – sanksi akibat pelanggaran hukum dan kebijakan yang terkait dengan pengadaan dan penggunaan produk dan jasa

Sumber : GRI (*Global Reporting Initiative*) *G4 Guideliness*

#### 2.1.11. Pengertian Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan suatu kondisi tertentu yang dicapai suatu perusahaan sebagai bentuk dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan tersebut setelah melalui proses kegiatan selama beberapa tahun, adalah sejak perusahaan tersebut didirikan sampai saat ini (Suastini, 2016). Nilai perusahaan merupakan salah satu indikator kinerja keuangan bagi emiten (Ngurah et al, 2016). Menurut Azhari dan Ruzikna (2018), nilai perusahaan adalah harga pasar saham yang bersedia dibayar investor untuk memiliki perusahaan. Bagi perusahaan yang sudah *go public*, nilai perusahaan sebuah perusahaan dapat dilihat dari besar kecilnya nilai saham perusahaan tersebut yang ada dipasar modal (Husnan dan Dewi, 2014).

Ditambahkan oleh Fahmi (2015:82) bahwa nilai perusahaan yaitu rasio nilai pasar yang menggambarkan kondisi yang terjadi di pasar, pasar ini mampu memberikan pemahaman bagi pihak manajemen perusahaan terhadap kondisi penerapan yang akan dilaksanakan dan dampaknya pada masa yang akan datang.

Sartono (2013:9), berpendapat tentang nilai perusahaan yaitu tujuan memaksimalkan kemakmuran pemegang saham dapat ditempuh dengan memaksimalkan nilai sekarang atau *present value* semua keuntungan pemegang saham akan meningkat apabila harga saham yang dimiliki meningkat. Menurut Sudana (2011:27), bahwa nilai perusahaan merupakan nilai sekarang dari arus pendapatan atau kas yang diharapkan diterima pada masa yang akan datang.

Dari beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan adalah nilai yang tercermin dan dapat diukur berdasarkan harga saham di pasar, dimana semakin tinggi nilai pasar atau harga saham maka akan memberikan kemakmuran dan kesejahteraan bagi para *shareholder*.

#### **2.1.12. Metode Pengukuran Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan dapat tercermin melalui harga saham. Nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran atau keuntungan bagi pemegang saham secara maksimum jika harga saham perusahaan meningkat. Jadi, semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi pula kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan juga dapat diukur dengan rasio nilai pasar. Rasio nilai pasar yaitu rasio yang menggambarkan kondisi yang terjadi di pasar. Rasio ini mampu memberikan pemahaman bagi pihak manajemen perusahaan terhadap kondisi penerapan yang akan dilaksanakan dan dampaknya pada masa yang akan datang (Fahmi, 2015:82).

Adapun jenis-jenis pengukuran rasio ini menurut Fahmi (2013:138) adalah sebagai berikut :

1. *Earning Per Share* (EPS)
2. *Price Earning Ratio* (PER) atau Rasio Harga Laba

### 3 *Price Book Value* (PBV).

Adapun penjelasan dari rasio penilaian ini adalah sebagai berikut :

#### a. *Earning Per Share* (EPS)

Investor tentu mengharapkan perusahaan besar yang sudah mapan akan menghasilkan *earning* positif atau keuntungan. Jika *earning* per kuartal naik maka harga saham perusahaan tersebut juga akan naik, dan sebaliknya. Penilaian *earning* selalu berupa perbandingan dengan data sebelumnya dalam suatu periode tertentu (misalnya per kuartal). Jadi jika sebuah perusahaan penerbit saham mengalami kerugian pada kuartal tertentu belum tentu harga sahamnya akan turun jika nilai kerugiannya lebih kecil dibandingkan kuartal sebelumnya. Sebuah perusahaan yang mengalami kerugian selama beberapa tahun belum tentu harga sahamnya anjlok jika investor yakin akan prospek keuntungan yang akan diperoleh perusahaan tersebut di waktu yang akan datang. Jadi disamping *earning* saat ini (*earning actual*) ada juga *earning* yang diharapkan (*expectation earning*). Ada perusahaan yang *earning*-nya bagus tetapi sahamnya merosot karena *expectation earning*-nya tidak menjanjikan. *Earning* menunjukkan pertumbuhan suatu perusahaan.

Selain harga sahamnya yang naik, *earning* yang positif juga memungkinkan investor memperoleh deviden atau pembagian keuntungan perusahaan setelah harga sahamnya mencapai level tertentu. *Earning Per Share* (EPS) adalah keuntungan per lembar saham. Menurut Fahmi (2015:82), *earning per share* atau pendapatan per lembar saham adalah bentuk pemberian keuntungan yang di berikan kepada para pemegang saham dari setiap lembar saham yang dimiliki. Menurut Fahmi (2015:138), *Earning Per Share* dapat diukur melalui:



$$\text{EPS} = \frac{\text{pendapatan setelah pajak}}{\text{jumlah saham beredar}}$$

Sumber : Fahmi (2015:82)

Keterangan:

EPS = *Earning Per Share*

EAT = *Earning After Tax* atau pendapatan setelah Pajak

JSB = Jumlah Saham Yang Beredar

*b. Price Earning Ratio (PER)* atau Rasio Harga Laba

*Price Earning Ratio (PER)* rasio harga terhadap laba adalah perbandingan antara *market price per share* (harga pasar per lembar saham) dengan *earning per share* (laba per lembar saham). Perusahaan dengan peluang tingkat pertumbuhan tinggi biasanya mempunyai *price earning ratio* yang tinggi pula, dan hal ini menunjukkan bahwa pasar mengharapkan pertumbuhan laba di masa mendatang. Sebaliknya perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang rendah cenderung mempunyai *price earning ratio* yang rendah pula. Semakin rendah *price earning ratio* suatu saham maka semakin baik atau murah harganya untuk di investasikan. *Price earning ratio* menjadi rendah nilainya biasa karena harga saham cenderung semakin turun atau karena meningkatnya laba bersih perusahaan.

Jadi semakin kecil nilai *price earning ratio* maka semakin murah saham tersebut untuk dibeli dan semakin baik pula kinerja per lembar saham dalam menghasilkan laba bagi perusahaan. Semakin baik kinerja per lembar saham akan mempengaruhi banyak investor untuk membeli saham tersebut. Menurut Tandelin (2017:387), *price earning ratio* adalah mengindikasikan banyaknya Rupiah dari laba yang investor bersedia membayar sahamnya. Menurut Bambang (2014:123),

*price earning ratio* adalah rasio yang menunjukkan perbandingan antara harga saham di pasar perdana yang di tawarkan di bandingkan dengan pendapatan yang diterima. Menurut Fahmi (2015:138), *Price Earning Ratio* dapat diukur melalui:

$$\text{PER} = \frac{\text{harga saham}}{\text{laba per saham}}$$

Sumber : (Fahmi 2015:138)

Keterangan :

PER = *Price Earning Ratio*

MPS = *Market Price Per Share* atau Harga Pasar Per Saham

EPS = *Earning Per Share* atau Laba Per Saham

#### c. *Price Book Value* (PBV)

*Price book value* adalah perhitungan atau perbandingan antara *market value* dengan *book value* suatu saham. Rasio ini berfungsi untuk melengkapi analisis *book value*, investor hanya mengetahui langsung sudah berapa kali *market value* suatu saham dihargai dari *book value*-nya. Menurut Novitasari (2013), *price book value* adalah rasio pasar yang di gunakan untuk mengukur kinerja harga pasar saham terhadap nilai bukunya. Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung rasio nilai pasar atau nilai buku atau *Price Book Value* (PBV) adalah :

$$\text{PBV} = \frac{\text{harga saham}}{\text{nilai buku saham}}$$

Sumber : (Novitasari 2013)

Keterangan:

PBV = *Price Book Value*

MPS = *Market Price Per Share* atau Harga Pasar Per Saham

$BPS = \text{Book Price Per Share}$  atau Nilai Buku Per Saham.

Dalam hal ini peneliti menggunakan *Price Book Value* dalam menentukan nilai perusahaan. Karena *Price Book Value* menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Perusahaan yang berjalan dengan baik, umumnya memiliki rasio *price book value* diatas satu, yang mencerminkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya. *Price to book value* yang tinggi mencerminkan tingkat kemakmuran para pemegang saham, dimana kemakmuran bagi pemegang saham merupakan tujuan utama dari perusahaan. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan.

#### **2.1.13. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Nilai perusahaan**

Untuk bisa mengambil keputusan keuangan yang benar, manajer keuangan perlu mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi tujuan yang hendak dicapai. Menurut Sutrisno (2013:5), faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah keputusan investasi, keputusan pendanaan, keputusan deviden. Adapun penjelasan dari faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut:

##### **1. Keputusan Investasi**

Keputusan investasi adalah masalah bagaimana manajer keuangan harus mengalokasikan dana ke dalam bentuk-bentuk investasi yang akan dapat mendatangkan keuntungan di masa yang akan datang. Bentuk, macam, dan komposisi dari investasi tersebut akan mempengaruhi dan menunjang tingkat keuntungan di masa depan. Keuntungan di masa depan diharapkan dari investasi tidak dapat diperkirakan secara pasti. Oleh karena itu, investasi akan mengandung

risiko atau ketidakpastian. Risiko dan hasil yang diharapkan dari investasi ini akan sangat mempengaruhi pencapaian tujuan, kebijakan maupun nilai perusahaan.

## 2. Keputusan Pendanaan

Keputusan pendanaan ini sering disebut sebagai kebijakan struktur modal, pada keputusan ini manajer keuangan dituntut untuk mempertimbangkan dan menganalisis kombinasi dari sumber-sumber dana ekonomis bagi perubahan guna membelanjai kebutuhan-kebutuhan investasi serta kegiatan usahanya.

## 3. Keputusan Dividen

Dividen merupakan bagian keuntungan yang dibayarkan oleh perusahaan kepada para pemegang saham. Oleh karena itu dividen ini merupakan bagian dari penghasilan yang diharapkan oleh pemegang saham. Keputusan dividen merupakan keputusan manajemen keuangan untuk menentukan : (1) besarnya presentase laba yang akan dibagikan kepada para pemegang saham dalam bentuk cash dividend, (2) stabilitas dividen yang dibagikan, (3) dividen saham (stock dividend), (4) pemecahan saham (*stock split*), serta (5) penarikan kembali saham yang beredar, yang semuanya ditunjukkan untuk meningkatkan kemakmuran para pemegang saham.

Faktor-faktor diatas merupakan penunjang yang harus dipertimbangkan oleh perusahaan untuk mencapai tujuannya yaitu memaksimalkan nilai perusahaan.

### 2.1.14. Hubungan Antara Variabel

#### 2.1.14.1 Hubungan Antara Ukuran Perusahaan Dengan Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan cerminan total asset yang dimiliki perusahaan, semakin besar ukuran perusahaan berarti asset yang dimiliki

perusahaan pun semakin besar dan dana yang dibutuhkan perusahaan untuk mempertahankan kegiatan operasionalnya semakin banyak. Semakin besar ukuran perusahaan akan mempengaruhi keputusan manajemen dalam memutuskan pendanaan apa yang akan digunakan oleh perusahaan agar keputusan pendanaan dapat mengoptimalkan nilai perusahaan (Riyanto,2011:299).Penelitian sebelumnya terkait ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan didukung oleh Pratama 2016.

#### **2.1.14.2 Hubungan Corporate Social Responsibility Dengan Nilai Perusahaan**

Pengungkapan CSR diharapkan akan mampu menaikkan nilai perusahaan, karena kegiatan CSR merupakan keberpihakan perusahaan terhadap masyarakat, sehingga masyarakat akan mampu memilih produk yang baik yang dinilai tidak hanya barang saja, tetapi juga melalui tata kelola perusahaannya. Kegiatan CSR sendiri merupakan bagian dari tata kelola perusahaan yang baik, pada saat masyarakat yang menjadi pelanggan memiliki penilaian yang positif terhadap perusahaan maka mereka akan loyal terhadap produk yang di hasilkan , sehingga hal ini mampu menaikkan citra perusahaan yang di refleksikan melalui harga saham yang akan meningkat (Agustina,2013)

Informasi pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan telah digunakan oleh para investor sebagai salah satu pertimbangan sebelum berinvestasi dalam sebuah perusahaan sehingga semakin baik atau lengkap sebuah laporan CSR perusahaan dapat menimbulkan reaksi positif dari investor untuk berinvestasi di perusahaan yang nantinya akan berdampak terhadap peningkatan permintaan saham perusahaan (Rustriarini,2013). Penelitian sebelumnya terkait CSR dengan nilai perusahaan didukung oleh Maria 2016.

#### 2.1.14. Penelitian Terdahulu

Dibawah ini akan diuraikan beberapa penelitian sebelumnya yang dianggap relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh penulis antara lain :

Penelitian yang dilakukan oleh Junardi pada tahun 2019 dengan judul pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi oleh ukuran perusahaan. Bentuk penelitian menggunakan asosiatif kausal. Pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Kemudian, ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi tidak mampu memperkuat pengaruh antara CSR terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Wahidah dan Syariati 2018 dengan judul pengaruh *corporate social responsibility* (csr), ukuran perusahaan dan *interest based debt* (ibd) terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dari 3 komponen yaitu *corporate social responsibility*, Ukuran Perusahaan dan *Interest Based Debt* terhadap nilai perusahaan. Metode pemilihan sampel yang digunakan yaitu metode non probabilitas yaitu purposive sampling yang merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang ditentukan oleh peneliti. Teknik analisis data yang digunakan yaitu regresi linear berganda. Hasil dari pengujian hipotesis didalam penelitian ini menunjukkan bahwa

CSR berpengaruh positif dan signifikan pada Nilai Perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan, sedangkan *Interest Based Debt* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Nurfina Pristianingrum pada tahun 2017 dengan judul pengaruh ukuran, profitabilitas, dan pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas dan pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan *software* SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan; (2) variabel profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan; (3) variabel pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan; dan (4) secara keseluruhan variabel ukuran perusahaan, profitabilitas dan pengungkapan CSR berpengaruh secara bersama sama terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Penelitian ini dilakukan oleh Febrina (2019), jurnal ekonomi dan akuntansi dengan judul pengaruh corporate social responsibility, kebijakan deviden, struktur modal, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh CSR, kebijakan deviden, struktur modal dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukan bahwa: (1) variabel CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, (2)

variabel kebijakan deviden berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, (3) variabel struktur modal berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, (4) variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini dilakukan oleh Antonio D'Amato (2020), *journal economic* dengan judul *corporate social responsibility and firm value do firm size and age matter*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ukuran dan usia perusahaan mendorong dampak CSR pada nilai perusahaan. Dengan menggunakan metode data panel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan antara CSR dan nilai perusahaan dimoderasi oleh ukuran dan umur perusahaan sehingga berdampak negatif bagi perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Hardinis (2019), *journal economic and business* dengan judul: *capital structure and firm value moderated by profitability*. Tujuan dari penelitian ini yaitu, untuk mengetahui pengaruh struktur modal dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi oleh profitabilitas. Dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasil analisis dapat disimpulkan bahwa struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.



### 1.2.2. Kerangka Pemikiran

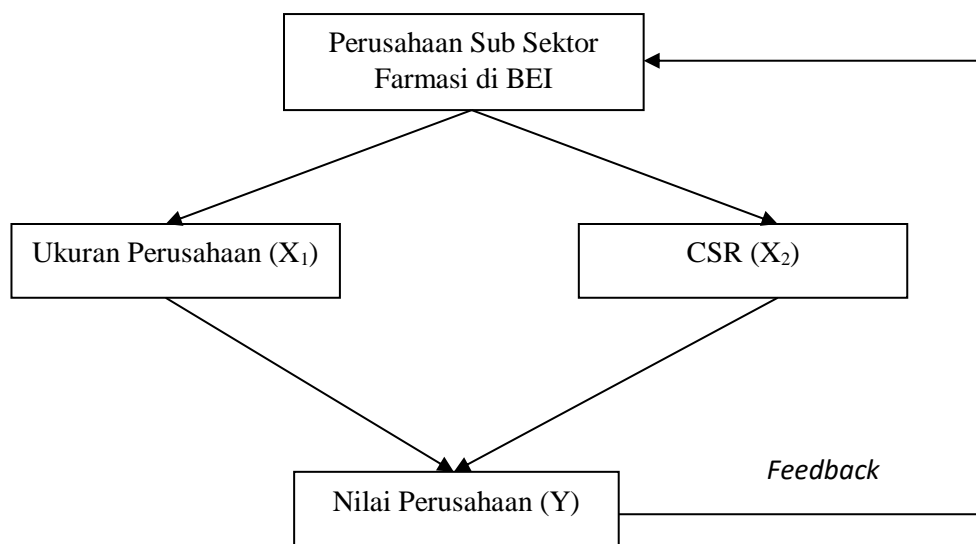
Penelitian ini dilakukan pada perusahaan sub sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2015-2019. Penelitian ini ingin menganalisis lebih jauh terkait dengan kondisi nilai perusahaan pada sub sektor farmasi di Bursa Efek Indonesia.

Kondisi nilai perusahaan pada sub sektor farmasi sangat di pengaruhi oleh ukuran perusahaan , *corporate social responsibility*. Ukuran nilai perusahaan pada penelitian ini di ukur dengan menggunakan Ln Total Asset, dan *corporate social responsibility* di ukur menggunakan *corporate social responsibility disclosur indeks* (CSRDI).

Kedua indikator tersebut nantinya akan di uji dan di analisis untuk melihat pengaruhnya terhadap nilai perusahaan. Sehingga pada akhirnya hasil tersebut akan menjadi rekomendasi serta bahan kajian bagi sub sektor farmasi dalam mengelola nilai perusahaannya dengan baik.

Berikut ini adalah gambaran kerangka pemikiran dari variabel-variabel yang diteliti yaitu :

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



### 2.3. Hipotesis

Berdasarkan uraian latar belakang, kajian teori dan kerangka pemikiran, maka hipotesis yang diajukan adalah :

1. Ukuran Perusahaan ( $\ln$  Total Asset) ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (Y) pada perusahaan sub sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. *Corporate Social Responsibility* (CSRDI) ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (Y) pada perusahaan sub sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Menurut Sugiono (2017:41), objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, valid dan reliabel tentang suatu hal (variabel tertentu).

Adapun yang menjadi objek Penelitian adalah Ukuran Perusahaan, *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019.

#### **3.2. Metode Penelitian**

##### **3.2.1. Metode yang Digunakan**

Metode penelitian ini menggunakan metode Penelitian Kuantitatif, menurut Sugiono (2017), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai penelitian yang berlandaskan pada *filosofi positivisme*, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, metode penelitian ini berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Sedangkan pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu menggunakan penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif yang digunakan untuk menjelaskan fenomena dan angka-angka kuantitatif yaitu berupa harga saham. Pada penelitian ini mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan dokumen dari Bursa Efek Indonesia.

### 3.2.2. Operasional Variabel Penelitian

Menurut Siyoto dan Sodik (2015:50) variabel penelitian adalah suatu atribut dan sifat atau nilai orang, faktor, perlakuan terhadap obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

#### 1. Variabel Independent

Menurut Sugiono (2014:4), variabel independent dalam bahasa Indonesia disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Adapun variabel independen dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan dan *corporate social responsibility*.

#### 2. Variabel Dependen.

Menurut Sugiono (2014:4), variabel dependen dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Adapun variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan.

Untuk menentukan data apa yang diperlukan, maka terlebih dahulu perlu penjelasan operasional variabel penelitian dan indikator yang digunakan dari rasio keuangan untuk menilai kinerja keuangan yang digunakan dalam penelitian sebagaimana tabel dibawah ini :

**Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Rumus</b>	<b>Skala</b>
Ukuran Perusahaan (X1)	Ln Total Asset	$\text{Ln} = \text{Total Asset}$	Rasio
CSR (X2)	CSRDI	$CSRDI = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$	Rasio
Nilai Perusahaan (Y)	PBV	$PBV = \frac{\text{harga saham}}{\text{nilai buku saham}}$	Rasio

Sumber : X<sub>1</sub> : Kasmir (2017:256)

Sumber : X<sub>2</sub> : GRI (*Global Reporting Initiative*) G4 Guideliness

Sumber : Y : Margareta (2011:27)

### **3.3. Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1. Populasi**

Populasi merupakan semua subjek atau totalitas subjek penelitian yang berupa orang, benda, atau suatu hal yang didalamnya dapat diperoleh atau juga dapat memberikan suatu informasi penelitian menurut Ismiyanto (2017:99). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan Farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu sebanyak 10 Perusahaan.

Adapun populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh perusahaan sub sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yaitu :

**Tabel 3.2 Populasi Perusahaan Sub Sektor Farmasi**

<b>No</b>	<b>KODE</b>	<b>NAMA PERUSAHAAN</b>	<b>TANGGAL IPO</b>
1	DVLA	PT Darya Varial Laboratoria Tbk	11 November 1994
2	INAF	PT Indofarma (Persero) Tbk	17 April 2001
3	KAEF	PT Kimia Farma (Persero) Tbk	4 Juli 2001
4	KLBF	PT Kalbe Farma Tbk	30 Juli 1991
5	MERK	PT Merck Tbk	23 Juli 1981
6	PYFA	PT Pyridam Farma Tbk	16 Oktober 2001
7	SCPI	PT Schering Plough Indonesia Tbk	8 Juni 1990
8	SIDO	Industry Jamu & Farmasi, Sido Muncul Tbk	18 Desember 2013
9	SQBB	PT Taisho Pharmaceutical Indonesia Tbk	29 Maret 1983
10	TSPC	PT Tempo Scan Pasific Tbk	17 Januari 1994

Sumber : Bursa Efek Indonesia

### 3.3.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut menurut sugiono (2010;87). Berikut adalah kriteria dari sampel penelitian :

1. Perusahaan yang diteliti yaitu perusahaan Sub sektor Farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)
2. Tersedianya laporan keuangan tahun 2015-2019
3. Perusahaan yang mengalami delisting ada 2 yaitu: SQBB dan SCPI
4. Perusahaan yang tidak mengalami delisting selama tahun 2015-2019
5. perusahaan yang mengungkapkan CSR dari tahun 2015-2019

Adapun sampel dalam penelitian ini yaitu 7 perusahaan sub sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yaitu :

**Tabel 3.3 Sampel Perusahaan Sub Sektor Farmasi**

No	KODE	NAMA PERUSAHAAN	TANGGAL IPO
1	DVLA	PT Darya Varial Laboratoria Tbk	11 November 1994
2	INAF	PT Indofarma (Persero) Tbk	17 April 2001
3	KAEF	PT Kimia Farma Tbk	4 Juli 2001
4	KLBF	PT Kalbe Farma Tbk	30 Juli 1991
5	MERK	PT Merck Tbk	23 Juli 1981
6	PYFA	Pt Pyridam Farma Tbk	16 Oktober 2001
7	SIDO	PT Industry Jamu & Farmasi Sido Muncul Tbk	18 Desember 2013
8	TSPC	PT Tempo Scan Pasific Tbk	17 January 1994

Sumber : Bursa Efek Indonesia

### **3.4. Sumber Data dan Teknik Pengumpulannya**

#### **3.4.1 Sumber Data**

Menurut Zuldafrial (2013:46) yaitu dari mana subjek data dapat di peroleh. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian adalah Data *sekunder* adalah segala bentuk dokumen dan informasi yang sudah tersedia dan dapat diakses langsung seperti Laporan Keuangan setiap Perusahaan yang sudah di audit, buku referensi serta jurnal-jurnal penelitian yang berhubungan dengan masalah yang sedang diteliti.

#### **3.4.2 Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini proses pengumpulan data yang digunakan adalah dokumentasi. Dokumentasi menurut Riduwan (2014:105) bertujuan untuk

mendapatkan data langsung dari lokasi penelitian, antara lain buku-buku terkait, peraturan perundang undangan, laporan kegiatan, foto, documenter, dan data terkait penelitian. Cara memperoleh data dokumen melalui Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam bentuk laporan keuangan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan tahunan perusahaan farmasi tahun 2015 hingga 2019 di website ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)) dan data harga saham perusahaan di website ([www.sahamok.com](http://www.sahamok.com)).

### **3.5 Prosedur Pengujian Instrumen Penelitian**

#### **3.5.1. Uji Asumsi Klasik**

##### **a. Uji Normalitas**

Uji normalitas berguna untuk menentukan data yang dikumpulkan dalam distribusi normal atau diperoleh dari populasi normal. Metode klasik untuk menguji normalitas data tidak terlalu rumit. Berdasarkan pengalaman beberapa pasar statistic, jika jumlah datanya melebihi 30 ( $n > 30$ ), maka distribusi dapat dikatakan normal. Biasanya dikatakan sampel besar. Namun, untuk kepastiannya, uji statistik normalitas harus digunakan terlepas dari apakah data bedistribusi normal. Disisi lain, kaena tidak dapat ditentukan apakah data yang lebih besar dari 30 dapat ditentukan dalam distribusi normal, data yang lebih kecil dari 30 belum tentu berdistribusi normal, sehingga perlu dibuktikan. Uji statistik normal yang dapat digunakan meliputi uji *Chi-square*, *Kolmogrov Smirnov*, *Liliefors*, *Shapiro Wilk*, dan *Jarque Bra*. Salah satu cara untuk mengecek normalitas adalah dengan melihatnya secara visuall yaitu melalui plot-p normal, denngan syarat titik-titik tersebut masih



berada disekitar diagonal, sehingga residualnya dapat dikatakan berdistribusi normal. Namun karena penilaian para pengamat relative berbeda satu sama lain, maka keefektivan tes visual ini seringkali rendah, sehingga dilakukan tes *kolmogrove smirnov* (Basuki dan Prawoto, 2016:571).

#### **b. Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan dari hipotesis autokorelasi klasik, yaitu korelasi antara residual dalam satu observasi dengan observasi lainnya dalam model regresi. Syarat yang harus dipenuhi adalah tidak adanya autokorelasi dalam model regresi. Metode pengujian yang sering digunakan adalah uji Durbin-Watson (uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika  $d$  lebih kecil dari  $dL$  atau lebih besar dari  $(4-dL)$  maka hipotesis nol ditolak yang berarti terdapat autokorelasi.
2. Jika  $d$  terletak antara  $dU$  dan  $(4-dU)$ , maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.
3. Jika  $d$  terletak antara  $dL$  dan  $dU$  atau di antara  $(4-dU)$  dan  $(4-dL)$ , maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti Menurut Basuki dan Prawoto, (2016:60).

Autokorelasi dapat menggunakan pengujian dengan metode Runs Test. Ghazali (2018: 120), menyatakan bahwa runs test sebagai bagian dari statistic non-parametrik dapat pula digunakan untuk menguji apakah antar residual terdapat korelasi yang tinggi. Runs test digunakan dengan tingkat signifikan 0.05, jika antar residual tidak terdapat hubungan korelasi maka dikatakan bahwa residual adalah

acak atau random. Runst test digunakan untuk melihat apakah data residual terjadi secara random atau tidak (sistematis). Apabila nilai signifikansi kurang dari signifikansi 0.05 yang berarti hipotesis nol ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa residual tidak random atau terjadi autokorelasi antar nilai residual. Maka dasar pengambilan keputusan uji statistic dengan Runst Test adalah (Ghozali, 2018:120).

- a. Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih kecil  $<$  dari 0.05 maka terdapat gejala autokorelasi.
- b. Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih besar  $>$  dari 0.05 maka tidak terdapat gejala autokoelasi.

### **c. Uji Multikolinearitas**

Menurut Basuki dan Prawoto (2016:61), multikolinieritas merupakan hubungan linier antara variabel bebas X dalam model regresi berganda. Jika hubungan linier antara variabel X dalam model regresi berganda adalah korelasi sempurna, maka variabel tersebut memiliki multikolinieritas sempurna. Deteksi multikolinieritas dapat dilihat melalui nilai fakotr inflasi varians (VIF). Standar pengujiannya adalah jika nilai  $VIF < 10$  maka tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independen, begitu pula sebaliknya, jika nilai  $VIF > 10$ , maka asumsi model termasuk multikolinieritas. Berbagai metode dapat digunakan untuk mengatasi masalah multikolinieritas dalam model regresi berganda. Metode utama yang digunakan antara lain analisis komponen utama, yang menggabungkan data *cross-sectional* dan waktu dengan mereduksi variabel independen (X) tanpa mengubah karakteristik variabel independen. Mengurutkan data untuk membentuk

data panel, metode regresi bertahap, metode subset terbaik, metode eliminasi mudur, metode pemelihan maju, mengecualikan variabel yang sangat berkorelasi, merkipun dapat menyebabkan kesalahan spesifikasi, menambah jumlah data sampel, dan lain lain.

#### **d. Uji Heteroskedastisitas**

Heteroskedastisitas adalah ketidaksamaan varian residual dari semua pengamatan dalam model regresi. Lakukan uji heteroskedestisitas untuk mengetahui adanya penyimpangan dari asumsi klasik dalam model regresi, dimana model regresi tersebut harus memenuhi syarat tidak ada heteroskedestisitas. Uji heteroskedestisitas dilakukan dengan meregresi nilai residual absolute dan variabel independen dalam model. Gnakan uji glejser untuk melakukan uji heteroskedestisitas (Basuki dan Prawoto, 2016:63).

### **3.6. Metode Analisis Data**

#### **3.6.1 Analisis Regresi Berganda**

Untuk mengidentifikasi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, digunakan persamaan regresi berganda. Variabel terikat (dependent variabel) dalam penelitian ini Nilai Perusahaan (Y) dan sebagai variabel bebas (independent variabel) adalah Ukuran Perusahaan (X1), *Corporate Social Responsibility* (X2). Adapun persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + \epsilon$$

Keterangan :

Y = Nilai Perusahaan

$a$  = Intersep (konstanta)

$b$  = Koefisien regresi/slop

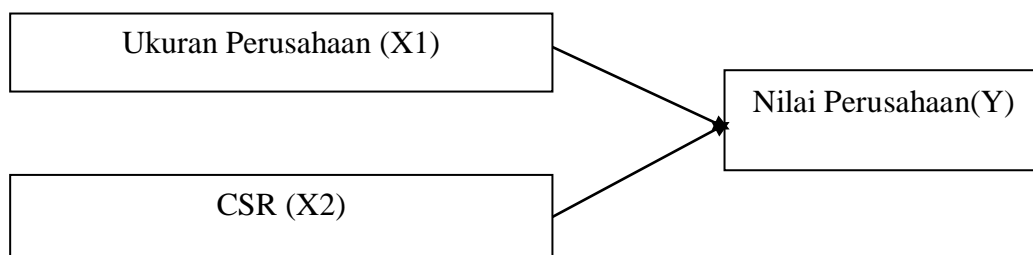
$X_1$  = Ukuran Perusahaan

$X_2$  = *Corporate Social Responsibility*

$\varepsilon$  = Standar deviasi penelitian 5%

Hipotesis penelitian diperlihatkan melalui struktur hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dengan diagram jalur dapat di lihat pada struktur jalur berikut ini :

**Gambar : 3.2. Regresi Berganda**



### 3.7. Rancangan Uji Hipotesis

#### 3.7.1, Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai koefisien determinasi yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi dependen sangat terbatas. Nilai koefisien determinasi yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai koefisien

determinasi yang mendekati nol berarti variabel independen tidak dapat memprediksi variabel dependen (Basuki dan Prawoto, 2016:51).

### **3.7.2 Uji Kelayakan Model (Uji F)**

Menurut Ghozali (2016:96) menyatakan bahwa pada dasarnya uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Uji F dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel dan melihat nilai signifikansi 0,05 dengan cara sebagai berikut:

1. Bila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau probabilitas < nilai signifikan ( $Sig < 0,05$ ), maka model penelitian dapat digunakan.
2. Bila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau probabilitas > nilai signifikan ( $Sig > 0,05$ ), maka model penelitian tidak dapat digunakan.

### **3.7.3 Uji Hipotesis (Uji t)**

Menurut Ghozali (2016:97) Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikansi level 0,05 ( $\alpha=5\%$ ). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria:

1. Jika nilai signifikan > 0,05 maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

2. Jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti variabel independen mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

### 3.8. Rencana Jadwal Penelitian

Sebelum melakukan penelitian lapangan serta penyusunan Skripsi, maka penulis menyusun suatu jadwal rencana proses pelaksanaan penelitian mulai dari penyebaran *Questioner* hingga pada penyusunan skripsi sebagaimana di jabarkan pada tabel di bawah ini.

**Tabel 3.4. Rencana Jadwal Penelitian**

No	Uraian	Bulan Des 2020				Bulan Jan. 2021			
		Minggu Ke				Minggu Ke			
		I	II	III	IV	I	II	III	IV
1.	Konsultasi dan Penyusunan Proposal Penelitian								
2.	Pembimbingan proposal Penelitian								
3.	Ujian Proposal Penelitian								

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

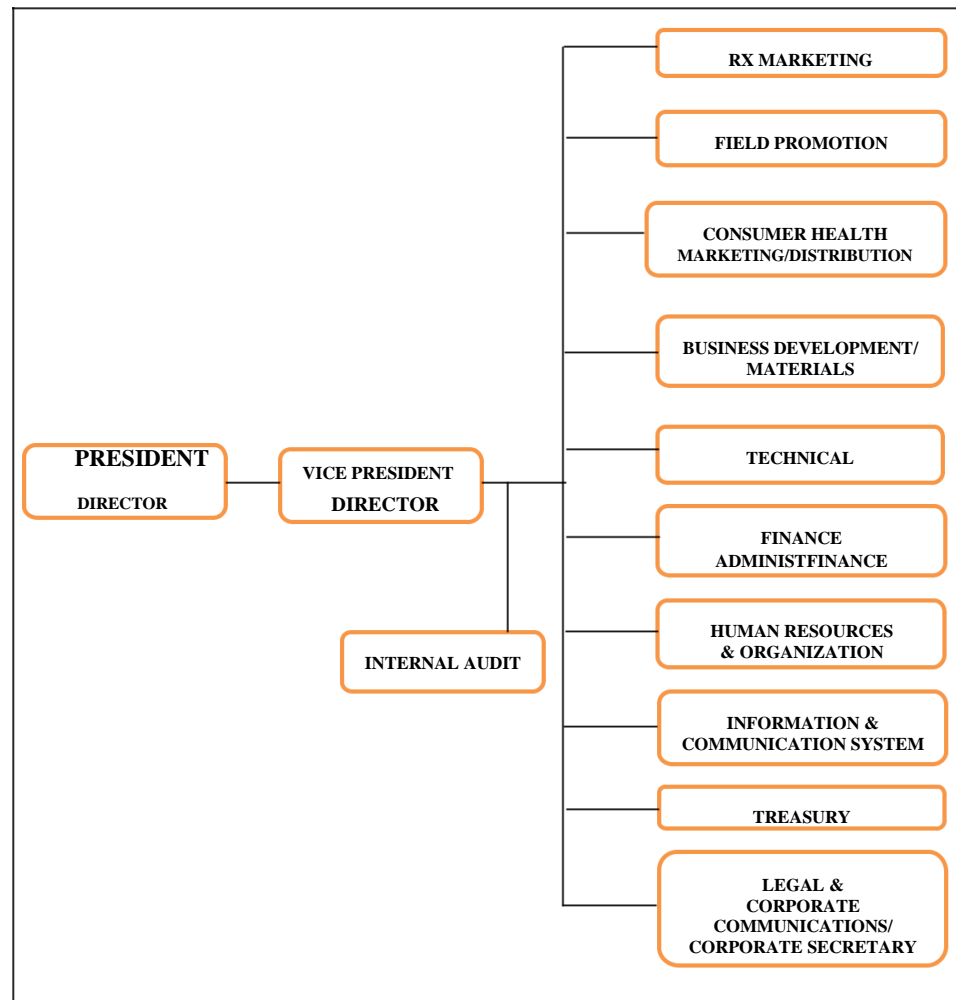
#### **4.1. Gambaran Umum Perusahaan**

##### **4.1.1. Sejarah singkat Perusahaan Sub Sektor Farmasi**

###### **1. PT. Darya Varia Laboratoria Tbk (DVLA)**

Darya Varia Laboratoria Tbk (DVLA) didirikan tanggal 30 April 1976 dan memulai kegiatan usaha komersialnya pada tahun 1976. Kantor pusat DVLA beralamat di South Quarter, Tower C, Lantai 18-19, Jl. R.A. Kartini Kav.8, Jakarta 12430 – Indonesia dan pabrik berada di Bogor. Induk usaha Darya Varia Laboratoria adalah Blue Sphere Singapore Pte Ltd, adalah anak perusahaan dari United Laboratories Inc, sebuah perusahaan farmasi Filipina. Berdasarkan anggaran dasar perusahaan, ruang lingkup kegiatan DVLA adalah terlibat dalam produksi, perdagangan, jasa dan distribusi obat-obatan, produk kimia terkait farmasi dan perawatan kesehatan. Kegiatan DVLA adalah mengembangkan bisnis manufaktur, perdagangan dan jasa farmasi. Darya Varia memiliki merek termasuk : Natu-E, Enervon-C, Decolgen, Neozep, Cetapain, Paracetamol Inluse dan Prodiva. Pada tanggal 12 Oktober 1994, DVLA memperoleh pernyataan yang sah dari Bapepam-Lk untuk menerbitkan 10.000.000 saham perdana DVLA (IPO) kepada publik dengan nilai nominal 1,000 persaham dengan harga penawaran 6,200- per saham tersebut dicatatkan pada bursa efek Indonesia (BEI) pada tanggal 11 November 1994

**Gambar 4.1 Struktur Organisasi DVLA**



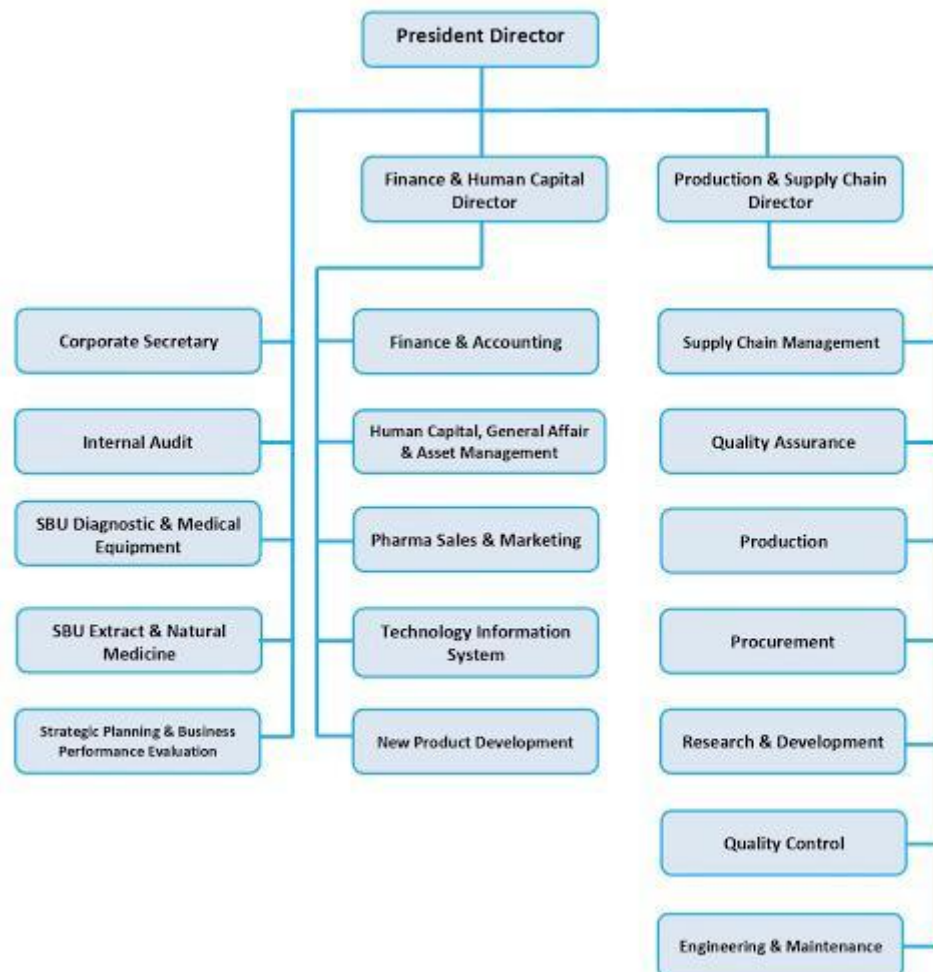
## 2. PT. Indorma (Persero), Tbk (INAF)

Indonesia Farma (Persero) Tbk disingkat Indofarma (Persero) Tbk (INAF) didirikan tanggal 02 Januari 1996 dan memulai kegiatan usaha komersialnya pada tahun 1983. Kantor pusat dan pabrik INAF terletak di Jalan Indofarma NO.1, Cibitung, Bekasi 17530 – Indonesia. Pada awalnya, INAF merupakan sebuah pabrik obat yang didirikan pada tahun 1918 dengan nama pabrik Obat Manggarai. Pada



tahun 1950, Pabrik Obat Manggarai ini diambil alih oleh Pemerintah Republik Indonesiadan dikelola oleh Departemen Kesehatan. Pada tahun 1979, nama pabrik obat ini diubah menjadi Pusat Produksi Farmasi Departemen Kesehatan. Kemudian, berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia (PP) No.20 Tahun 1981, Pemerintah menerapkan Pusat Produksi Farmasi Departemen Kesehatan menjadi Perseroan Umum Indonesia Farma (Perum Indofarma).Selanjutnya pada tahun 1996, status badan hukum Perum Indofarma diubah menjadi Perusahaan (Persero).Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan INAF adalah melaksanakan dan menunjang kebijakan serta program Pemerintah di bidang ekonomi dan pembangunan nasional umumnya, khususnya di bidang farmasi, diagnostic, alat kesehatan, serta industri produk makanan. Saat ini, Indofarma telah memproduksi sebanyak hampir 200 jenis obat yang terdiri dari beberapa kategori produk, yaitu Obat Generik Berlogo (OGB), Over The Counter (OTC), obat generik bermerek, dan lain-lain.Pada tanggal 30 Maret 2001, INAF memperoleh pernyataan efektif dari Bapepam-LK untuk melakukan penawaran umum perdana saham INAF (IPO) kepada 43 masyarakat.Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 17 April 2001

**Gambar 4.2 Struktur Organisasi INAF**

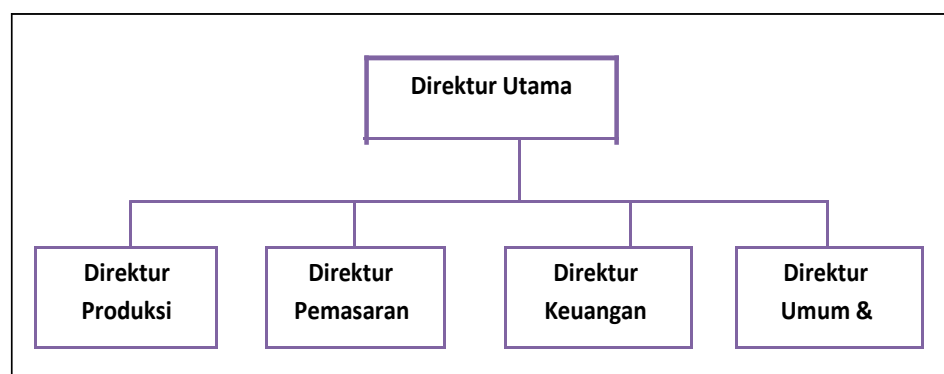


### 3. PT. Kimia Farma (Persero), Tbk (KAEF)

Kimia Farma (Persero) Tbk (KAEF) didirikan tanggal 16 Agustus 1971. Kantor pusat KAEF beralamat di Jln. Veteran No.9, Jakarta 10110 dan unit produksi berlokasi di Jakarta, Bandung, Semarang, Watudakon (Mojokerto), dan Tanjung Morawa – Medan. Kimia Farma mulai beroperasi secara komersial sejak tahun 1817 yang pada saat itu bergerak dalam bidang distribusi obat dan bahan baku obat. Pada tahun 1958, pemerintah Indonesia menasionalisasi seluruh pengusaha

Belanda, dan status KAEF diubah menjadi beberapa Badan Usaha Milik Negara, pada tahun 1969 beberapa Badan Usaha Milik Negara diubah menjadi satu perusahaan, yaitu perusahaan farmasi dan alat kesehatan milik Negara Bhineka Kimi Farma disingkat Apotek PN Kimia Farma. Pada tahun 1971, berdasarkan peraturan pemerintah, nama perusahaan Negara diubah menjadi Persero dan menjadi PT Kimia Farma (Persero). Menurut anggaran dasar perusahaan, ruang lingkup kegiatan KAEF adalah menyediakan barang dan jasa yang bermutu tinggi, khususnya dibidang kimia, farmasi, biologi, kesehatan, makanan/minuman, dan farmasi. Saat ini Kimia Farma telah memproduksi 361 jenis obat, yang meliputi beberapa kategori produk yaitu obat generik, produk kesehatan konsumen over the counter (OTC), obat herbal dan kosmetika, produk etik, antiretroviral. Obat-obatan narkotika, kontrasepsi dan bahan baku. Pada tanggal 14 Juni 2001, KAEF memperoleh pernyataan yang sah dari Bapepam-LK 44 untuk menerbitkan saham KAEF (IPO) yang telah dicatatkan di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 4 Juli 2001.

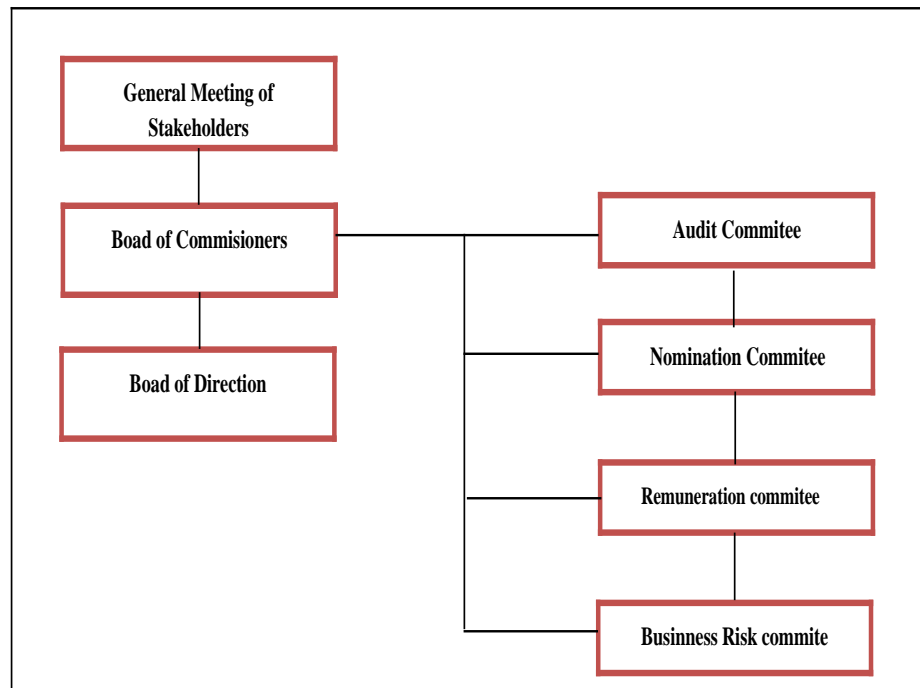
**Gambar 4.3 Struktur Organisasi KAEF**



#### **4. PT. Kalbe Farma, Tbk (KLBF)**

Kalbe Farma Tbk (KLBF) didirikan pada tanggal 10 September 1966, dan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1966. Kantor pusat Kalbe berada di Gedung Jl Kalbe. Letnan Jenderal Suprpto Kav. Cempaka Putih 4, 10510, Jakarta, dan fasilitas pabrik berlokasi di Delta Silicon Industrial Park di Jl. Master Thamrin, Blok A3-1, Lippo Cikarang, Bekasi, Jawa Barat. Berdasarkan anggaran dasar perusahaan, ruang lingkup kegiatan KLBF antara lain meliputi usaha farmasi, perdagangan dan perwakilan. Saat ini, KLBF terutama bergerak dalam pengembangan, pembuatan, dan perdagangan peralatan perawatan kesehatan (termasuk perawatan kesehatan primer) seperti sediaan farmasi, obat-obatan, nutraceuticals, makanan dan minuman kesehatan. Produk berkualitas tinggi kalbe antara lain obat resep (white matter, cefsipan, myrocal, cernevit, cravat, neuroling, broadced, neurotam, hemapo dan CPG), produk kesehatan (Promag, mixagrip, extra joss, Komix, Woods, Entrostop, Protocol, Fatigon, Hydro Coco and Original Love Juice), produk nutrisi dari bayi hingga usia lanjut dan konsumen dengan kebutuhan khusus (Morinaga Chill Kid, Morinaga BMT, Prenagen, Milna, Diabetasol, Zee, Fitbar, Entrasol, Nutrive Benecol), dan tahun 1991, Bapepam-LK memperoleh pernyataan yang sah bahwa Bapepam-LK dapat menerbitkan saham KLBF (IPO) secara publik dan tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 30 juli 1991

**Gambar 4.4 Struktur Organisasi KLBF**

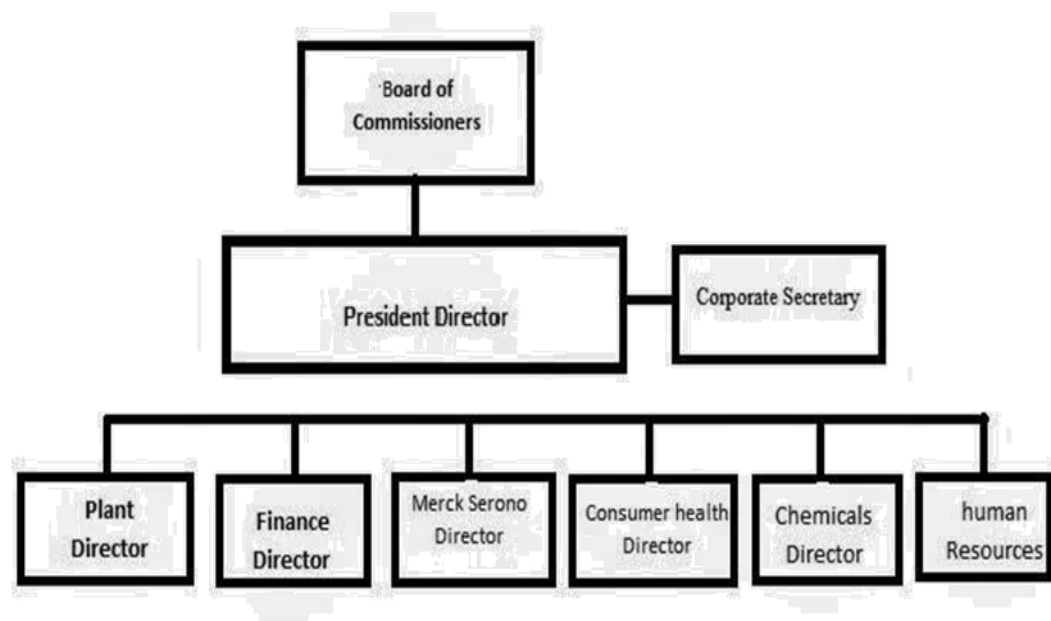


## 5. PT. Merck Tbk (MERK)

Merck & Co. (MERK) didirikan pada 14 Oktober 1970 dan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1974. Kantor pusat Merck berlokasi di Jl. TB Simatupang No.8, Pasar Rebo, Jakarta Timur 13760-Indonesia. Menurut anggaran dasar perusahaan, ruang lingkup kegiatan MERK adalah bergerak dibidang industri, perdagangan, jasa konsultasi manajemen, jasa persewaan kantor/property dan jasa yang berkaitan dengan kegiatan usaha. Binis utama Merck saat ini adalah menjual produk obat bebas resep dan obat resep, produk terapi yang berkaitan dengan kesuburan, diabetes, neuropati, dan ahli jantung, serta menyediakan berbagai instrument kimia dan kimia mutakhir untuk penelitian biologi, produksi biologis, dan segmentasi pasar. Merek utama yang dijual oleh Merck adalah Sangobion dan

Neurobion. Pada tanggal 23 Juni 1981, MERK memperoleh pernyataan sah dari Bapepam-Lk bahwa mereka dapat melakukan penawaran umum perdana saham MERK (IPO) 23 Juli 1981.

**Gambar 4.5 Struktur Organisasi MERCK**

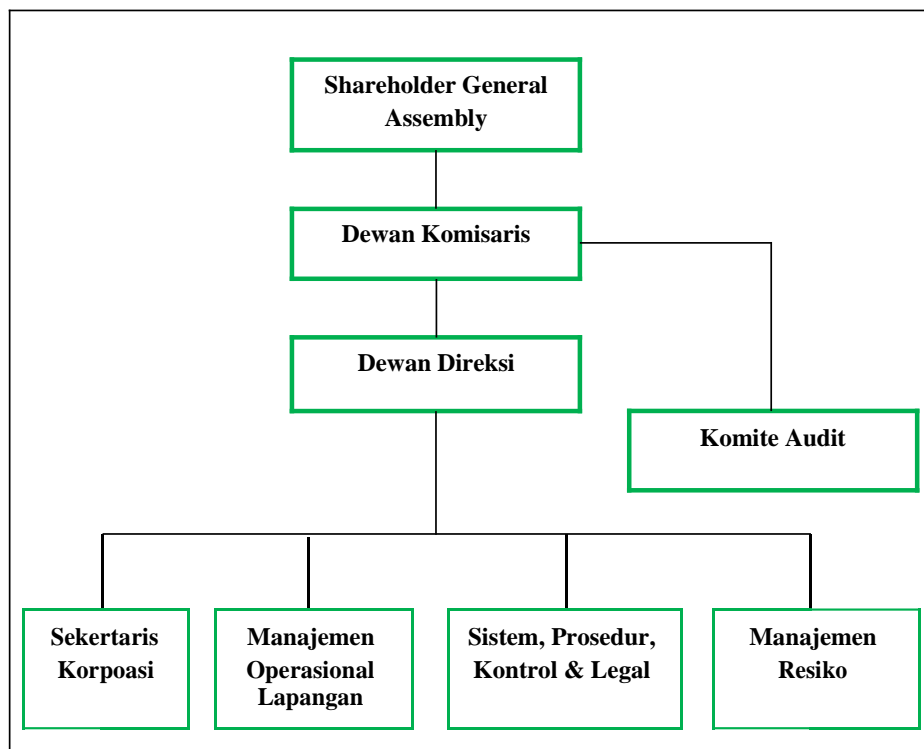


#### **6. PT. Pyridam Farma, Tbk (PYFA)**

Pyridam Farma Tbk (PYFA) didirikan pada tanggal 27 November 1977 dengan nama PT Pryidam dan memulai kegiatan komersial pada tahun 1977. Kantor pusat PYFA berlokasi di Ruko Villa Kebon Jeruk Blok F3 di Jel. Raya Kebon Jeruk, Jakarta 11530, Pabrik berlokasi di Desa Cibodas, Cianjur Pacet, Jawa Barat. Menurut anggaran dasar perusahaan, aktivitas PYFA meliputi industri farmasi, plastic, peralatan medis, dan kimia lainnya, serta terlibat dalam pergangan (termasuk impor dan ekspor, lintas pulau), dan bertindak sebagai agen, grosir, distributor PYFA. Kegiatan usaha Pyridam Farma meliputi produksi dan 46

pengembangan persediaan farmasi (obat-obatan) dan perdagangan alat kesehatan. Pada tanggal 27 September 2001, PYFA memperoleh pernyataan yang sah dari Bapepam-Lk untuk melakukan penawaran umum perdana saham PYFA (IPO) kepada publik.

**Gambar 4.6 Struktur Organisasi PYFA**

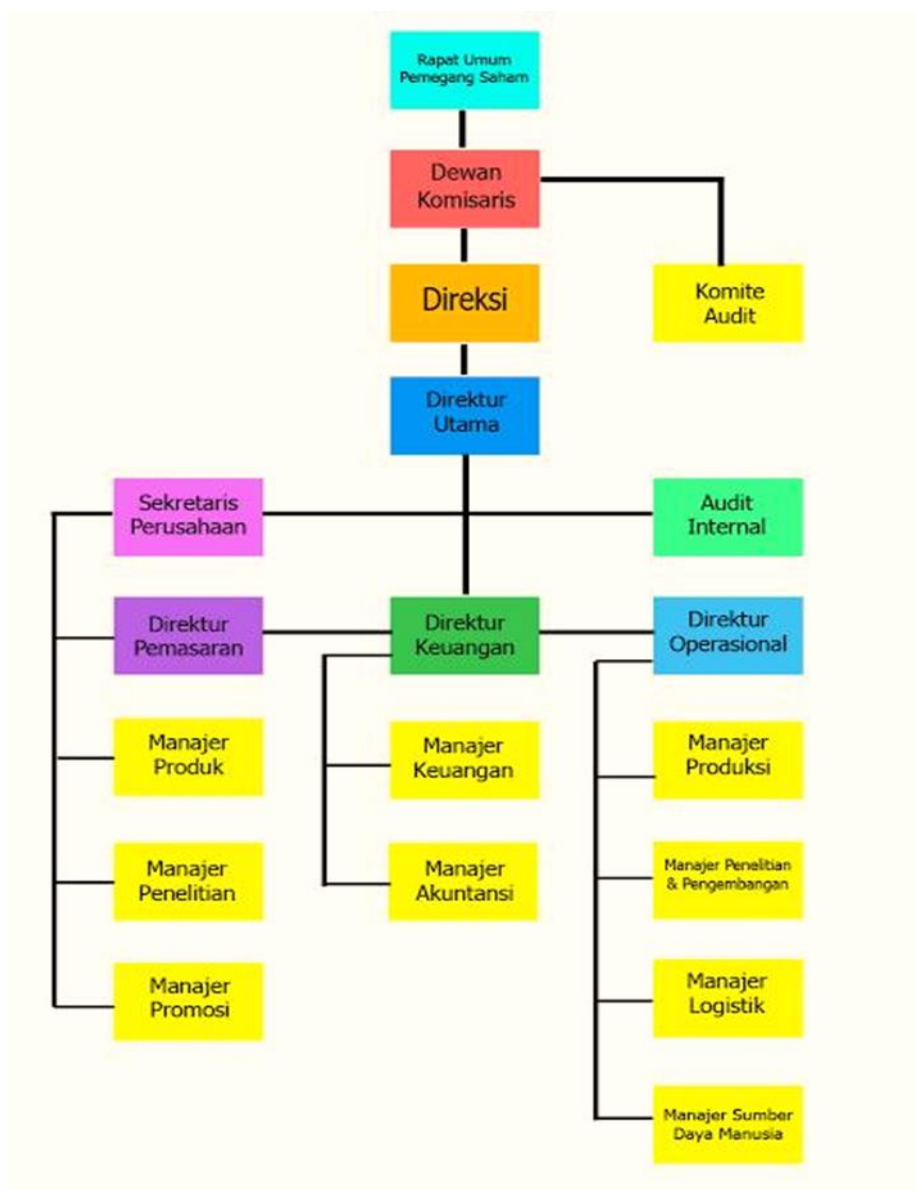


## **7. PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul, Tbk (SIDO)**

Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk (Sido Muncul) (SIDO) berdiri pada Maret 1975. SIDO berkantor pusat di Gedung Menara Suara Merdeka di Florida, Jl. Pandanaran No.30 Semarang 50134-Indonesia, Pabrik berlokasi di Jl Soekarno Hatta Km 28, Kecamatan Bergas, Klepu, Semarang. Berdasarkan anggaran dasar perusahaan, ruang lingkup kegiatan SIDO meliputi kegiatan operasional di industri jamu, kosmetik, minuman dan makanan yang berkaitan

dengan kesehatan, perdagangan, transportasi darat dan jasa. Bisnis utama Sido Muncul adalah produksi dan distribusi jamu, minuman energy, minuman dan manisan, serta minuman kesehatan (merek utama sidomuncul, Tolak Angin dan Kukubima), 18 desember 2013, PT. Sido Muncul tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI).

**Gambar 4.7 Struktur Organisasi SIDO**

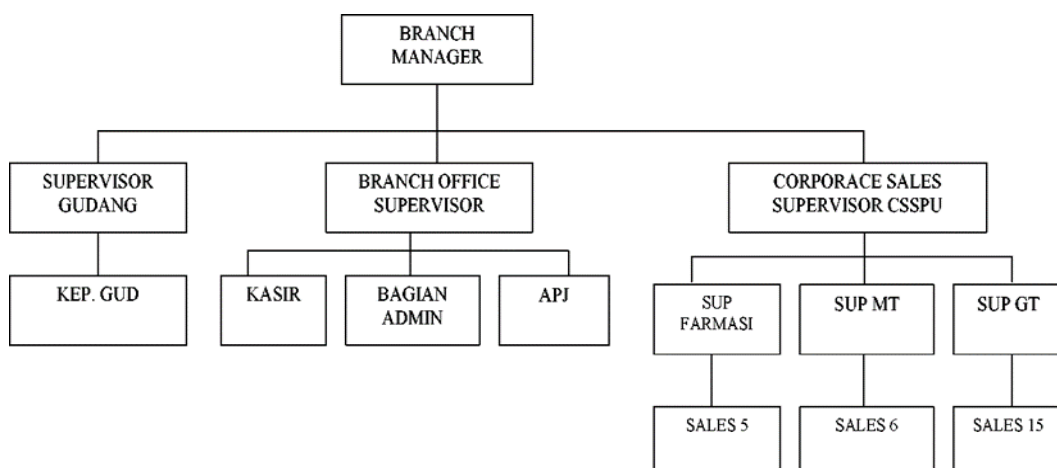




## 8. PT. Tempo Scan Pasific, Tbk (TSPC)

Tempo Scan Pasific Tbk (TSPC) didirikan di Indonesia tanggal 20 Mei 1970 dengan nama PT Scanchemie, dan memulai kegiatan komersial pada tahun 1970. Tempo Scan berkantor pusat di Jl. Tempo Scan Tower, Lantai 16, Jl. H.R. Rasuna Said Kav.3-4, Jakarta 12950, sedangkan lokasi pabriknya terletak di Cikarang – Jawa Barat. Berdasarkan anggaran dasar perusahaan, ruang lingkup kegiatan TSPC adalah di bidang farmasi. Saat ini kegiatan usaha TSPC adalah farmasi 47 (obat-obatan), consumer product, kosmetik dan distribusi. Produk Tempo Scan yang terkenal, termasuk produk perawatan kesehatan (Bodrex, Hemaviton, NEO reumachyl, Oskadon, Ipi Vitamin, Brodixin, Contrex, Contrexyn, Vidoran, Zevit dan Neo Hormoviton), obat resep dan obat rumah sakit (Hospira, SciClone, Alif, Ericaf, Timoc, Triptagic dan Trozyn) serta konsumen dan kosmetik (Terminal, My Baby, Total Care, SOS Antibacterial, Claudia, Dione Kids, Tamara, Natural Honey dan Revlon). Pada tanggal 24 Mei 1994, TSPC memperoleh pernyataan sah dari Bapepam-LK untuk penawaran umum perdana saham TSPC (IPO) yang dicatatkan di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 17 Juni 1994.

**Gambar 4.8 Struktur Organisasi TSPC**



**Tabel Ukuran Perusahaan**

NO	Kode Perusahaan	2015	2016	2017	2018	2019
1	DVLA	1,376,278	1,531,365	1,640,886	1,682,821	1,829,960
2	INAF	1,533,708	1,381,633	1,529,874	1,442,350	1,383,935
3	KAEF	3,434,879	4,612,562	6,096,148	11,329,090	18,352,877
4	KLBF	13,696,417	15,226,009	16,616,239	18,146,206	20,264,726
5	MERK	641,646,818	743,934,894	847,006,544	1,263,113	901,060,986
6	PYFA	159,951,537	167,062,792	159,563,931	187,057,163	190,786,208
7	SIDO	2,796,111	2,987,614	3,158,198	3,337,628	3,536,898
8	TSPC	6,284,729	6,585,807	7,434,900	7,869,975	8,372,769

Perusahaan DVLA pada tahun 2015-2019 mengalami peningkatan total asset yang di sebabkan adanya peningkatan konsumsi obat pada masyarakat sehingga meningkatkan penjualan di perusahaan tersebut.

Perusahaan INAF pada tahun 2015-2016 mengalami penurunan total asset dan pada tahun 2016-2017 mengalami peningkatan dan pada tahun 2017-2019 mengalami penurunan total asset, yang disebabkan karena kinerja di perusahaan farmasi mengalami penurunan sehingga produk-produk yang di hasilkan perusahaan berkurang dan membuat penurunan pada penjualan.

Perusahaan KAEF pada tahun 2015-2019 mengalami peningkatan total asset yang disebabkan karena kinerja perusahaan mengalami peningkatan sehingga produk-produk yang di hasilkan semakin banyak yang terjual yang meningkatkan total asset pada perusahaan.

Perusahaan KLBF pada tahun 2015-2019 mengalami peningkatan pada penjualan yang disebabkan karena produk-produk yang dihasilkan adalah produk yang berkualitas sehingga masyarakat tertarik untuk membeli produk yang

dihasilkan perusahaan tersebut, sehingga berdampak pada peningkatan total asset perusahaan.

Perusahaan MERK pada tahun 2015-2017 mengalami peningkatan total asset karena kinerja perusahaan semakin baik sehingga produk yang dihasilkan semakin banyak yang terjual dan meningkatkan total asset, serta pada tahun 2017-2018 mengalami penurunan penjualan sehingga mengakibatkan total asset menurun dan pada tahun 2018-2019 mengalami peningkatan pada penjualan sebab banyak produk yang dihasilkan perusahaan terjual, sehingga meningkatkan total asset.

Perusahaan PYFA mengalami peningkatan total asset pada tahun 2015-2016 yang disebabkan kinerja perusahaan meningkat dan pada tahun 2016-2017 mengalami penurunan total asset serta pada tahun 2017-2019 mengalami peningkatan penjualan yang menyebabkan total asset meningkat.

Perusahaan SIDO pada tahun 2015-2019 mengalami peningkatan kinerja yang menyebabkan penjualan semakin meningkat yang membuat kas masuk bertambah sehingga meningkatkan total asset perusahaan.

Perusahaan TSPC pada tahun 2015-2019 mengalami peningkatan pada total asset yang disebabkan kebutuhan masyarakat akan obat-obatan semakin meningkat sehingga penjualan pada perusahaan tersebut mengalami peningkatan yang membuat asset perusahaan meningkat.

**Tabel CSR**

No	Kode Perusahaan	Tahun	Pengungkapan CSR		Jumlah
			$\Sigma x_{ij}$	$N_j$	CSRD
1	DVLA	2015	38	91	0.417582418
		2016	38	91	0.417582418
		2017	38	91	0.417582418
		2018	38	91	0.417582418
		2019	38	91	0.417582418
2	INAF	2015	32	91	0.351648352
		2016	32	91	0.351648352
		2017	32	91	0.351648352
		2018	32	91	0.351648352
		2019	32	91	0.351648352
3	KAEF	2015	36	91	0.395604396
		2016	36	91	0.395604396
		2017	36	91	0.395604396
		2018	36	91	0.395604396
		2019	36	91	0.395604396
4	KLBF	2015	35	91	0.384615385
		2016	35	91	0.384615385
		2017	35	91	0.384615385
		2018	35	91	0.384615385
		2019	35	91	0.384615385
5	MERK	2015	26	91	0.285714286
		2016	26	91	0.285714286
		2017	26	91	0.285714286
		2018	26	91	0.285714286
		2019	26	91	0.285714286
6	PYFA	2015	27	91	0.296703297
		2016	27	91	0.296703297
		2017	27	91	0.296703297
		2018	27	91	0.296703297
		2019	27	91	0.296703297
7	SIDO	2015	23	91	0.252747253
		2016	23	91	0.252747253
		2017	23	91	0.252747253
		2018	23	91	0.252747253
		2019	23	91	0.252747253
8	TSPC	2015	25	91	0.274725275
		2016	25	91	0.274725275
		2017	25	91	0.274725275
		2018	25	91	0.274725275
		2019	25	91	0.274725275

Berdasarkan tabel di atas bisa dilihat bahwa perusahaan DVLA pada tahun 2015-2019 mengungkapkan sebanyak 38 item, perusahaan INAF pada tahun 2015-2019 mengungkapkan sebanyak 32 item, perusahaan KAEF pada tahun 2015-2019 mengungkapkan sebanyak 36 item, perusahaan KLBF pada tahun 2015-2019 sebanyak 35 item, merk sebanyak 26 item pada tahun 2015-2019, serta perusahaan PYFA sebanyak 27 item pada tahun 2015-2019, perusahaan sido pada tahun 2015-2019 mengungkapkan sebanyak 23 item dan perusahaan TSPC mengungkapkan sebanyak 25 item pada tahun 2015-2019.

Dilihat dari tabel di atas setiap perusahaan yang berada pada sub sektor farmasi mengungkapkan *corporate social responsibility*, tetapi tidak semua item di ungkapkan oleh perusahaan, dari 91 item hanya sebagian yang di terapkan, perusahaan yang lebih sedikit menerapkan CSR yaitu sido, tspc, merk dan pyfa. Serta ada beberapa perusahaan yang mengurangi dananya untuk melakukan kegiatan *corporate social responsibility* seperti, mengurangi bantuan kepada korban bencana alam, mengurangi layanan kesehatan gratis, serta mengurangi dana untuk pendidikan gratis yang disebabkan karena pendapatan yang di hasilkan oleh beberapa perusahaan selama 5 Tahun terakhir mengalami penurunan seperti perusahaan pyfa, tspc, dan merck, Sehingga menyebabkan berkurangnya dana CSR yang dikeluarkan, yang pada akhirnya menyebabkan tidak maksimalnya penyaluran dana CSR pada Sub Sektor Farmasi..

**Tabel PBV**

No	Kode Perusahaan	Tahun	Harga Saham	Nilai Buku Per Lembar Saham	Jumlah
1	DVLA	2015	1,300	869,21	1.495610957
		2016	1,755	963,91	1.820709402
		2017	1,960	996,70	1.966489415
		2018	1,940	1.071,66	1.806381929
		2019	2,250	1.166,14	1.92944243
2	INAF	2015	168	191,24	0.878477306
		2016	4,680	185,77	25.19244227
		2017	5,900	169,85	34.73653223
		2018	6,500	160,25	40.56162246
		2019	870	162,92	5.34004419
3	KAEF	2015	870	335,27	2.59492349
		2016	2,750	408,97	6.7242096
		2017	2,700	463,18	5.82926724
		2018	2,600	604,33	5.186721992
		2019	1,250	1.334,70	0.93654005
4	KLBF	2015	1,320	233,35	5.6567388
		2016	1,515	265,89	5.69784497
		2017	1,690	296,41	5.70156203
		2018	1,520	326,28	4.65857546
		2019	1,620	356,38	4.54570964
5	MERK	2015	6,775	21.140,22	0.31953309
		2016	9,200	1.300,61	7.07360392
		2017	8,500	1.373,74	6.18748817
		2018	4,300	1.156,88	3.71689371
		2019	2,850	1.325,92	2.14945095
6	PYFA	2015	112	189,17	0.59206005
		2016	200	197,18	1.01430165
		2017	183	203,44	0.89952812
		2018	189	222,26	0.85035544
		2019	198	233,10	0.84942085
7	SIDO	2015	550	173,22	3.17515298
		2016	520	183,86	2.82823887
		2017	545	193,06	2.82295659
		2018	840	196,88	4.2665583
		2019	1,230	199,66	6.1604728
8	TSPC	2015	1,750	963,81	1.81571057
		2016	1,970	1.030,06	1.91250995
		2017	1,800	1.129,34	1.59385128
		2018	1,390	1.207,30	1.151329411
		2019	1,395	1.286,90	1.08400031

Berdasarkan tabel diatas bisa dilihat perusahaan farmasi pada tahun 2015-2017 mengalami ketidak stabilan harga saham dan nilai buku saham setiap tahunnya, yang membuat investor ragu untuk berinvestasi di perusahaan tersebut serta mengakibatkan adanya ketidak stabilan pada kinerja serta pertumbuhan penjualan sehingga mempengaruhi *Price Book Value* di perusahaan farmasi.

Karena semakin rendah PBV akan berdampak pada rendahnya kepercayaan pasar terhadap perusahaan yang berada di sub sektor farmasi, dan semakin tinggi PBV maka pasar akan percaya bahwa PBV dapat menjamin prospek perusahaan sehingga menarik investor untuk berinvestasi di perusahaan tersebut yang akan meningkatkan harga saham.

## **4.2 Analisis Deskriptif Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan sub sektor farmasi yang terdiri dari 8 perusahaan periode tahun 2015-2019.

### **4.2.1 Statistik Deskriptif**

Statistik deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku secara umum. Secara deskriptif akan dijelaskan mengenai kondisi masing-masing variable yang digunakan dalam penelitian ini pada perusahaan Sub Sektor Farmasi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2015-2019 sebagai berikut:

**Tabel 4.1 Uji Deskriptive**

<b>Descriptive Statistics</b>						
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
LN TOTAL ASSET	40	6.10	8.95	7.0473	.89771	.806
CSRDI	40	-.60	-.38	-.4851	.07807	.006
PBV	40	-.50	1.61	.4520	.45642	.208
Valid N (listwise)	40					

Sumber: SPSS 26,2020

Pada tabel 4.1 menunjukkan jumlah data yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 40 sampel perusahaan dengan nilai minimum sebesar 6.10 dan nilai maksimum sebesar 8.95 dan nilai rata-rata sebesar 7.0473 dengan std. deviasi sebesar 0.89771 yang diukur menggunakan ln total asset pada perusahaan farmasi dari tahun 2015-2019.

Variabel CSR dalam penelitian ini menggunakan tema pengungkapan social yang secara keseluruhan terdiri dari 91 item pada 6 tema yang diambil dari GRI (*Global Reporting Index*). Indeks pengungkapan CSR dalam penelitian ini sebanyak 40 sampel dengan nilai minimum -0.60 dan nilai maksimum sebesar -0,38 serta nilai rata-rata sebesar -0,4851 dengan *Std Deviation* sebesar 0,07807 yang diukur menggunakan CSRDI pada perusahaan farmasi dari tahun 2015-2019.

Nilai rata-rata *Price Book Value* (PBV) adalah sebesar 0,4520 dengan standar deviasi sebesar 0,45642 yang artinya *price book value* memiliki tingkat variasi data yang tinggi. Dimana dengan nilai maximum sebesar 1,61 dan nilai minimum sebesar -0,50 dengan jumlah data 40 sampel perusahaan. Perusahaan yang memiliki nilai perusahaan tertinggi adalah PT. MERK pada tahun 2014 sedangkan perusahaan yang memiliki nilai perusahaan terendah adalah PT. KAEF pada tahun 2014.



#### 4.2.2 Hasil Uji Asumsi Klasik

##### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk menentukan data yang dikumpulkan berdistribusi normal atau diperoleh dari populasi normal. Metode klasik untuk menguji normalitas data tidak terlalu rumit. Berdasarkan pengalaman beberapa pakar statistik, jika jumlah datanya melebihi 30 ( $n > 30$ ), maka distribusi dapat dikatakan normal. Biasanya dikatakan sampel besar. Namun, untuk kepastiannya, uji statistik normalitas harus digunakan terlepas dari apakah data berdistribusi normal. Disisi lain, karena tidak dapat ditentukan apakah data yang lebih besar dari 30 dapat ditentukan dalam distribusi normal, data yang lebih kecil dari 30 belum tentu berdistribusi normal, sehingga perlu dibuktikan. Uji statistik normalitas yang dapat digunakan antara lain *Chi-Square*, *Kolmogrov Smirnov*, *Liliefors*, *Sahpiro Wilk*, dan *Jarque Bra*. Salah satu cara untuk mengecek normalitas adalah dengan melihatnya secara visual yaitu melalui grafik P-Plot normal, dengan syarat titik-titik tersebut masih berada disekitar diagonal, sehingga residual dapat dikatakan berdistribusi normal. Namun karena penilaian para pengamat yang cukup berbeda satu sama lain, tes visual semacam ini seringkali tidak efektif, sehingga dilakukan tes *Kolmogrove Smirnov*, (Basuki dan Prawoto, 2016:571).

Syarat uji normalitas dengan kolmogrov menurut Suliyanto (2013) yaitu:

1. Jika nilai signifikan (sig) lebih besar dari 0,05 maka data penelitian berdistribusi normal.
2. Sebaliknya jika nilai signifikan (sig) lebih kecil dari 0,05 maka data penelitian tidak berdistribusi normal

Berdasarkan uji normalitas pada lampiran dapat di peroleh hasil uji normalitas pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.2 Uji Kolmogrov**

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		
		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.42340672
Most Extreme Differences	Absolute	.124
	Positive	.124
	Negative	-.073
Test Statistic		.124
Asymp. Sig. (2-tailed)		.124 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber : SPSS 26,2020

Uji *Kolmogrov-Smirnov* adalah pengujian normalitas yang banyak dipakai, terutama setelah adanya banyak program statistik yang beredar. Penerapan pada uji *kolmogrov smirnov* adalah bahwa jika signifikansi diatas 0.05 berarti data tersebut normal (Suliyanto, 2013:75). Berdasarkan tabel *One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test* dipeoleh angka Asymp.sig (2-tailed). Sebesar 0,124 berdasarkan syarat dari uji *kolmogrov-simornov*, maka hasil tersebut memenuhi syarat, dimana nilai Asymp.sig (2-tailed) yaitu sebesar  $0.124 > 0.05$ . Sehingga data tersebut berdistribusi normal.

## 2. Uji Multikolinearitas

Menurut Basuki dan Prawoto (2016:61), multikolinearitas atau kolinearitas ganda (*Multicollinearity*) merupakan hubungan linier antara variabel bebas X dalam model regresi berganda. Jika hubungan linier antara variabel X dalam model regresi berganda merupakan korelasi sempurna, maka variabel tersebut memiliki multikolinieritas sempurna, yang dapat dideteksi dengan nilai *variance inflation factor* (VIF). Standar pengujiannya adalah jika nilai  $VIF < 10$  maka tidak terjadi multikolinieritas antara variabel independen, begitu pula sebaliknya, jika nilai  $VIF > 10$  maka asumsi model termasuk multikolinearitas, Ghazali (2013:105).

Berdasarkan uji multikolinieritas pada lampiran diperoleh hasil sebagaimana pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.4 Uji Multikolinieritas**

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	LN TOTAL ASSET	.903	1.108
	CSRDI	.903	1.108
a. Dependent Variable: PBV			

Sumber : SPSS 26,2020

Berdasarkan tabel multikolinieritas diatas digunakan nilai *tolerance* dan *variance expansion factor* (VIF) untuk pendeteksian. Nilai *cut-off* yang biasa digunakan adalah nilai  $tolerance > 0.1$  (10%) atau nilai  $VIF < 10$  (Ghozali, 2018:108). Berdasarkan hasil uji multikolinieritas diatas, maka variabel ukuran perusahaan sebesar  $1.108 < 10$  dan variabel CSR sebesar  $1.108 < 10$  maka hasil tersebut memenuhi syarat.

### 3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Persyaratan yang harus terpenuhi adalah tidak adanya autokorelasi dalam model regresi. Uji autokorelasi dapat digunakan dengan uji *Durbin Watson* (Basuki dan Prawoto, 2016:60). Penggunaan *Durbin-Watson* untuk uji autokorelasi adakalanya memberikan hasil yang menyatakan bahwa data yang di uji tidak dapat dipastikan apakah lolos dari masalah autokorelasi atau tidak, sebagai alternatif dapat menggunakan uji *run test*, uji ini digunakan untuk melihat apakah data residual bersifat acak atau tidak (Werner, Murhadi, 2013). *Runs test* sebagai bagian dari *statistic non-parametik* dapat pula digunakan untuk menguji apakah antar residual terdapat korelasi yang tinggi (Ghozali 2018:120).

Syarat uji autokorelasi dengan run test menurut Santoso (2013) yaitu:

1. Pengambilan keputusan dilakukan dengan melihat nilai asymp. Sig (2-tailed).
2. Apabila nilai asymp.Sig (2-tailed) lebih besar dari nilai signifikansi 0,05 maka dapat disimpulkan tidak terdapat gejala autokorelasi.

Berdasarkan uji autokorelasi pada lampiran diperoleh hasil sebagaimana pada tabel berikut ini :

**Tabel 4.3 Uji Autokorelasi**

<b>Runs Test</b>	
	Unstandardized Residual
Test Value <sup>a</sup>	-0.02524
Cases < Test Value	20
Cases >= Test Value	20
Total Cases	40
Number of Runs	13
Z	-2.403
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.116
a. Median	

Sumber : SPSS 26, 2020

Berdasarkan tabel autokorelasi diatas dideteksi dengan menggunakan *Runs Test*, dimana nilai Asymp. Sig (2-tailed)  $0.116 > 0.05$  maka tidak terdapat gejala autokorelasi (Ghozali, 2018;120). Jadi dalam penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

#### **4. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui adanya penyimpangan dari asumsi klasik dalam model regresi, ketika model regresi harus memenuhi persyaratan heteroskedestisitas. Uji heteroskedestisitas dilakukan dengan menggunakan uji Glejser (Basuki dan Prawoto, 2016:63). Uji Glejser digunakan dengan meregresikan antara variabel independen dengan nilai *absolute* residualnya, jika nilai signifikan antara variabel independen dengan *absolute* residual lebih dari 0.05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas (Dwi Priyatno, 2013:158).

Syarat uji heteroskedestisitas dengan uji glejser, menurut Ghozali (2013) yaitu:

1. Jika nilai signifikansi (sig) lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
2. Sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka terjadi gejala heteroskedastisitas

Berdasarkan uji heteroskedestisitas pada lampiran diperoleh hasil sebagaimana pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.5 Uji Heteroskedestisitas**

Uji Glejser Coefficients <sup>a</sup>						
Model				Standardized Coefficients	t	Sig.
				Beta		
1	(Constant)	0.411	0.332		1.237	0.224
	LNAsset	0.048	0.044	0.183	1.099	0.279
	CSRDI	0.838	0.507	0.275	1.655	0.106
a. Dependent Variable: Abs_RES						

Sumber : SPSS 26,2020

Berdasarkan tabel heteroskedestisitas di uji menggunakan uji glejser, maka dari hasil tersebut diperoleh signifikansi variabel Ln total asset sebesar  $0.279 > 0,05$  dan CSRDI sebesar  $0.106 > 0.05$  dimana dasar pengambilan keputusan menggunakan uji glejser yaitu nilai signifikan  $> 0.05$  maka hasil tersebut memenuhi syarat. (Ghozali, 2018:134).

### 4.2.3 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah suatu analisis asosiasi yang digunakan secara bersamaan untuk meneliti satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen (Sugiono 2016:192).

Untuk mengetahui besarnya pengaruh Ukuran Perusahaan (Ln Total Asset) (X1) Dan *Corporate Social Responsibility* (CSRDI) Terhadap Nilai Perusahaan (Y) pada Sub Sektor Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2015-2019 dilihat dalam model regresi berganda dengan memasukkan nilai yang diperoleh hasil regresi dengan bantuan SPSS 26 ditampilkan pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.6 Model Analisis Regresi Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.922	.616		3.120	.003
	LN TOTAL ASSET	-.166	.082	-.327	-2.038	.049
	CSRDI	.613	.939	.105	.653	.518

a. Dependent Variable: PBV

Sumber : SPSS 26,2020

Berdasarkan hasil analisis menggunakan bantuan program SPSS 26 diatas maka diperoleh model atau persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + \varepsilon$$

$$Y = 1.922 - 0.166X_1 + 0.613X_2 + 0.861\varepsilon$$

Dari persamaan regresi linier berganda di atas, dapat dijelaskan bahwa “a” merupakan nilai konstanta yang merupakan nilai variabel dependen Y ketika semua berubah,  $X_i$  bernilai nol memiliki nilai konstanta -1,922 yaitu nilai variabel

dependen Y yaitu nilai perusahaan ketika semua variabel independen X yang terdiri dari variabel ukuran perusahaan dan *Corporate Social Responsibility* tidak mengalami perubahan.

Koefisien regresi -0.166 ( $\beta_1 = -0.166$ ) merupakan besarnya kontribusi variabel ukuran perusahaan (ln total asset) yang mempengaruhi nilai perusahaan (PBV). Koefisien regresi sebesar -0,166 dengan tanda negative. Jika variabel ukuran perusahaan berubah atau mengalami kenaikan atau penurunan satu satuan maka nilai perusahaan juga akan mengalami kenaikan atau penurunan sebesar 0.166.

Koefisien regresi 0.613 ( $\beta_2 = 0,613$ ) merupakan besarnya kontribusi variabel ukuran perusahaan (ln total asset) yang mempengaruhi nilai perusahaan (PBV). Koefisien regresi sebesar 0,613 dengan tanda positive. Jika variabel ukuran perusahaan berubah atau mengalami kenaikan satu satuan maka nilai perusahaan akan naik sebesar 0.166.

$\varepsilon$  (epsilon)  $1-R^2 = 1-0,139=0,861$  merupakan besar kontribusi pengaruh dari faktor lain yang tidak diteliti. Pada penelitian ini ada beberapa variabel yang tidak diteliti tetapi berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Variabel tersebut diantaranya struktur modal, kebijakan deviden, dan likuiditas (Ngurah Dharma dan Putu Vivi, 2016).



#### 4.2.4 Pengujian Hipotesis

##### 4.2.4.1 Analisis Koefisien Determinasi

Penggunaan koefisien determinasi yaitu mengetahui kekuatan hubungan antara variabel indenpenden dan variabel denpenden. Koefisien ini digunakan untuk mengukur presentase dari total variasi denpenden (Y), yang dijelaskan oleh variasi indenpenden (X).  $R^2$  berkisar dari nol hingga satu. Dimaksud nilai nol yaitu tidak ada perubahan dalam variabel denpenden (Y), sedangkan nilai satu menunjukkan bahwa semua variasi dijelaskan oleh variabel indenpendent (X). (Suhartanto, 2014:315).

Berdasarkan uji analisis regresi linear berganda pada lampiran diperoleh hasil sebagaimana pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.7 Koefisien Determinasi**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.373 <sup>a</sup>	.139	.093	.43470
a. Predictors: (Constant), CSRDI, LN TOTAL ASSET				
b. Dependent Variable: PBV				

Sumber : SPSS 26,2020

Berdasarkan tabel di atas, maka nilai koefisien determinasi  $R^2$  sebesar 0.139. Hal ini mengindikasikan bahwa besarnya Nilai Perusahaan dijelaskan oleh variabel ukuran perusahaan (X1) sebesar 13,9% dan CSR (X2) sebesar 13,9% dapat pula disimpulkan bahwa variabel-variabel bebas mampu menjelaskan atau memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat.

#### 4.2.4.2. Hasil Uji Simultan (Uji Statistik F)

Uji statistik F yaitu ketepatan terhadap fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai yang aktual. Jika nilai signifikan  $F < 0.05$ , maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel indenpenden. Uji statistik F juga memperlihatkan apakah semua variabel indenpenden yang dimasukan dalam model yang mempengaruhi secara bersama-sama terhadap variabel denpenden. Uji statistik F mempunyai signifikan 0.05 (Ghozali, 2018:97). Kriteria pengujian hipotesis dalam penggunaan statistik F adalah ketika nilai signifkansi  $F < 0.05$ , maka hipotesis alternatif diterima, yang menyatakan bahwa semua indenpenden secara simultan dan signifikan mempengaruhi variabel denpenden (Ghozali, 2018:97).

Hasil pengujian model regresi (simultan) pengaruh variabel ukuran perusahaan (ln total asset) dan *corporate social responsibility* (CSRDI) terhadap nilai perusahaan dengan bantuan program SPSS sebagai berikut:

**Tabel 4.9 Uji Simultan**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.133	2	.566	2.998	.062 <sup>b</sup>
	Residual	6.992	37	.189		
	Total	8.125	39			
a. Dependent Variable: PBV						
b. Predictors: (Constant), CSRDI, LN TOTAL ASSET						

Sumber : SPSS 26,2020

Penentuan kriteria uji juga dapat dilakukan dengan membandingkan nilai signifikan untuk  $F_{hitung}$  yang diperoleh dengan nilai alpha yang digunakan. Jika nilai

signifikan lebih kecil dari nilai alpha maka di terima. Berdasarkan tabel di atas didapat nilai  $F_{hitung}$  penelitian sebesar 0.062. Serta nilai  $F_{tabel}$  pada tingkat signifikansi 5% dan dfl sebesar  $N-2 = 38$  adalah sebesar 3.245. Jika kedua nilai  $F$  ini dibandingkan, maka nilai  $F_{hitung}$  yang diperoleh jauh lebih kecil dari  $F_{tabel}$ . Hal yang sama pula dapat dilihat pada tingkat signifikan, yakni nilai yang diperoleh dari pengujian lebih besar dari nilai alpha 0.05 ( $0.062 > 0.05$ ). Dengan demikian secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa variabel ukuran perusahaan ( $Ln$  Total Asset) ( $X_1$ ), dan *corporate social responsibility* (CSRDI) ( $X_2$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan ( $Y$ ) pada sub sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2015-2019.

#### **4.2.4.3 Hasil Uji Parsial (Uji Statistik t)**

Uji t digunakan untuk menguji tingkat signifikan pengaruh antara variabel indenpenden dan variabel denpenden. Kriteria pengujian ini ditetapkan berdasarkan probabilitas. Apabila tingkat signifikan yang digunakan sebesar 5%, dengan kata lain jika probabilitas  $> 0.05$  maka dinyatakan tidak signifikan, dan jika probabilitas  $< 0.05$  maka dinyatakan signifikan (Ghozali, 2018). Uji signifikan digunakan untuk mengetahui tingkat pengaruh signifikan variabel indenpenden terhadap variabel denpenden, sehingga keputusan pengujian hipotesis dapat diambil berdasarkan hasil perhitungan sebagai berikut:

Tabel 4.8 Uji Parsial

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.922	.616		3.120	.003
	LN TOTAL ASSET	-.166	.082	-.327	-2.038	.049
	CSRDI	.613	.939	.105	.653	.518

a. Dependent Variable: PBV

Sumber : SPSS 26,2020

Berdasarkan pada tingkat kepercayaan sebesar 95% menunjukkan bahwa analisis diperoleh nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel ukuran perusahaan (Ln Total Asset) (X1) sebesar -2.038 dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$  1.69092. Nilai  $t_{tabel}$  ini bergantung pada jumlah df (*degree of freedom*) atau db (derajat kebebasan) dan tingkat efektif yang digunakan. Data observasi dalam penelitian ini sebanyak 40 data (data time series/tahun sebanyak 5 tahun dikali dengan data *cross section* sebanyak 8 perusahaan) dengan menggunakan tingkat signifikan 5% dan nilai df sebesar  $n-k-1 = 40-5-1 = 34$  diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar 1.69092. Maka  $t_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$ . Nilai signifikan untuk variabel ukuran perusahaan (Ln Total Asset) (X1) sebesar 0,049 lebih kecil dari nilai signifikan alpha (0.05). Sehingga disimpulkan bahwa ukuran perusahaan (Ln Total Asset) (X1) berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Y) pada sub sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Berdasarkan pada tingkat kepercayaan sebesar 95% menunjukkan bahwa analisis diperoleh nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel *corporate social responsibility* (CSRDI) (X2) sebesar 0.635 dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$  1.69092. Nilai  $t_{tabel}$  ini bergantung pada jumlah df (*degree of freedom*) atau db (derajat kebebasan) dan

tingkat efektif yang digunakan. Data observasi dalam penelitian ini sebanyak 40 data (data *time series*/tahun sebanyak 5 tahun dikali dengan data *cross section* sebanyak 8 perusahaan) dengan menggunakan tingkat signifikan 5% dan nilai  $df$  sebesar  $n-k-1 = 40-5-1 = 34$  diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar 1.69092. Maka  $t_{hitung}$  lebih kecil dari nilai  $t_{tabel}$ , signifikan untuk variabel *corporate social responsibility* (CSRDI) (X2) sebesar 0,518 lebih besar dari nilai signifikan alpha (0.05). Sehingga disimpulkan bahwa *corporate social responsibility* (CSRDI) (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Y) pada sub sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

### **4.3. Pembahasan Hasil Penelitian**

#### **4.3.1. Ukuran Perusahaan Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan**

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan koefisien pengaruh ukuran perusahaan yang menggunakan rasio Ln Total Asset terhadap nilai perusahaan adalah dengan nilai  $sig = 0.049 < 0.05$ . Dan secara statistik telah di jelaskan bahwa nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$ . Ini menunjukkan bahwa variabel Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor farmasi periode 2015-2019.

Hal ini disebabkan pada 8 emiten farmasi terjadi peningkatan pada penjualan serta diproyeksikan bisa meraup keuntungan dari penguatan rupiah karena bahan baku obat yang masih impor. Penguatan tersebut akan menguntungkan bagi perusahaan yang bergantung dengan bahan baku impor. Dimana PT Kalbe Farma Tbk (KLBF) tercatat sebagai emiten farmasi dengan nilai

asset terbesar mencapai Rp 19,18 triliun. Kemudian disusul oleh PT Kimia Farma Tbk dengan total asset sebesar Rp 11,65 triliun. Dilihat dari sisi perolehan margin bersih PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk (SIDO) berhasil membukukan margin bersihnya mencapai 29,27%, diikuti oleh PT Darya Varia Laboratoria Tbk 17,22% (Cnbc Indonesia 2018). Sehingga hal tersebut meningkatkan total asset perusahaan serta berpengaruh pada peningkatan harga saham yang membuat ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Semakin besar total aktiva, atau modal suatu perusahaan maka semakin besar pula ukuran suatu perusahaan Susilo (2013:06) dalam I Gusti dan Desy (2015). Sehingga pada penelitian ini menunjukkan bahwa semakin besar total aktiva, atau modal suatu perusahaan maka semakin besar pula ukuran suatu perusahaan sebab besarnya ukuran perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Karena total asset yang tinggi dapat meningkatkan nilai perusahaan serta dapat mencerminkan bahwa kinerja perusahaan semakin bagus dan dapat meningkatkan harga total asset, sebab dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya ke perusahaan yang bisa meningkatkan modal perusahaan. Sebab kinerja perusahaan yang semakin baik akan memperoleh kemudahan untuk memasuki pasar modal, karena investor mendapatkan sinyal yang positif terhadap perusahaan yang memiliki kinerja yang baik, hal ini dapat meningkatkan total asset perusahaan yang akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bhekti (2013), yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang di

lakukan oleh Maryam (2014) yang menyatakan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

#### **4.3.2. *Corporate Social Responsibility* Tidak Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan**

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan koefisien pengaruh *corporate social responsibility* yang menggunakan rasio CSRDI terhadap nilai perusahaan adalah dengan nilai  $\text{sig} = 0.518 > 0.05$ . Ini menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor farmasi periode 2015-2019. Tidak adanya pengaruh yang signifikan dari *corporate social responsibility* (CSRDI) terhadap nilai perusahaan dikarenakan secara statistik telah dijelaskan bahwa nilai  $t_{\text{hitung}}$  lebih kecil dari nilai  $t_{\text{tabel}}$ . Hal ini disebabkan karena fenomena yang mengungkapkan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang diakibatkan oleh rendahnya pengungkapan CSR dan variable pengungkapan CSR yang tidak dapat di ukur secara langsung (Agustine,2014). CSR merupakan strategi jangka panjang perusahaan dalam rangka menjaga lingkungan sekitar yang tidak dapat dirasakan dalam jangka yang pendek.

Dilihat dari laporan keuangan perusahaan farmasi setiap perusahaan yang berada pada sub sektor farmasi mengungkapkan *corporate social responsibility* tetapi tidak semua item di ungkapkan oleh perusahaan, dari 91 item hanya sebagian yang di terapkan, perusahaan yang lebih sedikit menerapkan CSR yaitu klbf, pyfa, sido dan tspc. Serta ada beberapa perusahaan yang mengurangi dananya untuk

melakukan kegiatan *corporate social responsibility* seperti, mengurangi bantuan kepada korban bencana alam, mengurangi layanan Kesehatan gratis, serta mengurangi dana untuk pendidikan gratis yang disebabkan karena pendapatan yang di hasilkan oleh beberapa perusahaan selama 5 Tahun terakhir mengalami penurunan seperti perusahaan pyfa,tspc, dan merck, Sehingga menyebabkan berkurangnya dana CSR yang dikeluarkan, yang pada akhirnya menyebabkan tidak maksimalnya penyaluran dana CSR pada Sub Sektor Farmasi. Hal ini yang menjadi faktor tidak berpengaruhnya *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

Sebab pengungkapan CSR sebagai variable indenpenden tidak dapat secara langsung mempengaruhi nilai perusahaan. Pengungkapan CSR dalam penelitian ini hanya menjelaskan presentase luas pengungkapan saja Agustine (2014). Bagi masyarakat awam hal tersebut merupakan ukuran yang tidak nyata dalam mempengaruhi keputusan investasi. Hal ini yang menyebabkan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Agustine (2014) Bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh wahyu dan Wardoyo (2014) bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.



### 4.3.3 Ukuran Perusahaan Dan *Corporate Social Responsibility* Tidak Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan koefisien pengaruh ukuran perusahaan dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan adalah dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 2.998 dan nilai  $F_{tabel}$  sebesar 3.245. Ini menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan dan *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor farmasi periode 2015-2019. Tidak adanya pengaruh yang signifikan dari ukuran perusahaan ( $\ln$  total asset) dan *corporate social responsibility* (CSRDI) terhadap nilai perusahaan dikarenakan secara statistik telah dijelaskan bahwa nilai  $t_{hitung}$  lebih kecil dari nilai  $t_{tabel}$ .

Hal ini disebabkan pertumbuhan industri farmasi di Indonesia mengalami perlambatan, dikarenakan secara kuantitas, konsumsi obat meningkat tetapi secara penjualan mengalami penurunan (Kompas.com). Serta beberapa perusahaan di sub sektor farmasi mengungkapkan *corporate social responsibility* lebih sedikit dan dana CSR di beberapa perusahaan dikurangi sebab adanya penurunan pada penjualan yang mengakibatkan dana kas berkurang sehingga perusahaan mengurangi dana CSR nya. Hal ini yang menjadi faktor ukuran perusahaan dan *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Adapun hasil penelitian ini di dukung oleh Nuraina (2013) ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Febrina (2013) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh

Agustine (2014) Bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh wahyu dan Wardoyo (2014) bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Ukuran Perusahaan (Ln Total Asset) berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada Sub Sektor Farmasi yang terdaftar Di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2015-2019.
2. *Corporate Social Responsibility* (CSRDI) tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada Sub Sektor Farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2015-2019.

#### **5.2. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, maka dapat diberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi investor maupun calon investor dalam menentukan untuk menanamkan modalnya pada perusahaan sebaiknya lebih focus pada keuntungan yang akan di peroleh perusahaan. total asset belum tentu dapat mewakili total laba yang di peroleh.
2. Sebiknya perusahaan tetap dan lebih memperhatikan tentang keluasan pengungkapan sosialnya (CSR) yang bersifat voluntary atau sukarela secara lebih terperinci dalam laporan tahunannya.

3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan menambahkan variabel yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan serta memperpanjang periode penelitian sehingga akan meningkatkan keakuratan data.
4. Bagi investor untuk lebih mempertimbangkan aspek-aspek social dan lingkungan sehingga dalam melakukan investasi tidak terpaku pada ukuran-ukuran moneter.
5. Bagi masyarakat untuk lebih melakukan pengawasan dan control atas perilaku-perilaku perusahaan dan semakin meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus di peroleh.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aprilianto, Ronny dan Salim 2016, jurnal riset manajemen, judul pengaruh ukurn perusahaan, keputusan investasi dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan
- Alfabeta 2015. Analisis Kinerja Keuangan.
- Agustine 2014, jurnal ekonomi, judul pengaruh pofitabilitas, csr dan likuiditas terhadap nilai perusahaan
- Bhekti 2013, jurnal ekonomi, judul pengaruh ukuran perusahaan dan leverage terhadap nilai perusahaan
- Danang Sunyoto & Wika Harisa Putri. 2016. Etika Bisnis, cetakan ke-1. Penerbit CAPS, Media Presindo Group: Yogyakarta
- D'Amato 2020, *journal economic*, judul *corporate social responsibility and firm value do firm size and age matter*
- Febrina 2019, judul pengaruh *corporate social responsibility*, kebijakan deviden, struktur modal dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.
- Fahmi, I. 2014. Pengantar Manajemen Keuangan, Teori dan Soal Jawab. Alfabeta Bandung.
- Ghaesani 2014, judul pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility*, profitabilitas, ukuran perusahaan dan kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan.
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis *Multivariate* Dengan Program *IBM SPSS* 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halim A. 2015. Manajemen Keuangan, Ed.sembilan. Penerbit BPFE Jogjakarta
- Hanafi, 2016. Analisis Laporan Keuangan.STIE YKPN, Jogjakarta

Hendrik, 2017. Analisis Kritis atas Laporan Keuangan Cetakan I. Bumi Aksara, Jakarta

Hery, 2013. Analisis Laporan Keuangan. Bumi Aksara, Jakarta

Husnan, Suad, 2013, Manajemen Keuangan Teori dan Penerapan (Keputusan Jangka Pendek), Buku Satu, Edisi Keempat, Penerbit BPFE, Yogyakarta

Hardinis 2019, *jurnal economic and business*, judul *capital structure and firm value moderated by profitability*

Jogiyanto, 2016. Teori Portofolio dan Analisis Investasi. Penerbit BPFE Yogyakarta

Junardi, 2019. Pengaruh pengungkapan corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi

Kafa dan Hery 2015, judul pengaruh CSR, ukuran perusahaan, *leverage* dan keputusan investasi terhadap nilai perusahaan.

Kasmir, 2017. Pengantar Manajemen Keuangan, Edisi Kedua. Prenada media Group. Jakarta.

M Pongoh, jurnal riset ekonomi, 2015. Analisis Laporan Keuangan Ed. I. Bumi Aksara, Jakarta

Maryam 2014, jurnal manajemen, judul pengaruh profitabilitas dan leverage terhadap nilai perusahaan

N Herawati, jurnal akuntansi dan keuangan, 2017. Kajian Riset Akuntansi. PT. Grasindo, Jakarta

Nurfina Pristianingrum, 2017. Jurnal pengaruh ukuran, profitabilitas, dan pengungkapan csr terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia.

Rahayu, Kurnia, Siti, 2013. Konsep dasar dan pedoman pemeriksaan akuntan publik. Graha Ilmu, Yogyakarta

Sartono A, 2012, Dasar-Dasar Analisis Laporan Keuangan, Penerbit PT Rineka Cipta, Jakarta

Sugiono. 2016. Panduan Praktis Dasar, Analisis Laporan Keuangan. Penerbit PT. Grasindo Jakarta.

Wahidah Abdullah, Alim Syariati, 2018. Jurnal pengaruh *corporate social responsibility* (csr), ukuran perusahaan dan *interest based debt* (ibd) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di jakarta islamic index periode 2010-2016.

Wardoyo 2014, jurnal ekonomi, judul pengaruh resiko bisnis dan csr terhadap nilai perusahaan

GRI (Global Reporting Initives)-G4

<http://www.Tribun News> Edisi Mei 2018

<http://www.Kompas.com> Edisi Agustus 2020

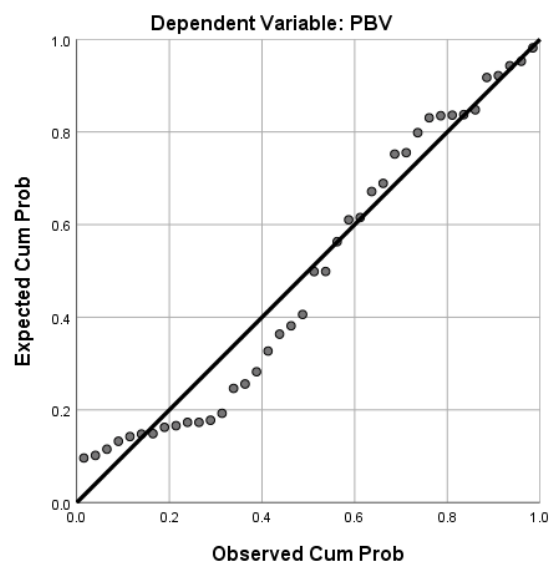
<http://www.Kontan.Co.Id> 2019

<http://www.Kontan.Co.Id> 2020

## LAMPIRAN

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
LN TOTAL ASSET	40	6.10	8.95	7.0473	.89771	.806
CSRDI	40	-.60	-.38	-.4851	.07807	.006
PBV	40	-.50	1.61	.4520	.45642	.208
Valid N (listwise)	40					

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.42340672
Most Extreme Differences	Absolute	.124
	Positive	.124
	Negative	-.073
Test Statistic		.124
Asymp. Sig. (2-tailed)		.124 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		





Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.922	.616		3.120	.003
	LN TOTAL ASSET	-.166	.082	-.327	-2.038	.049
	CSRDI	.613	.939	.105	.653	.518

a. Dependent Variable: PBV

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.373 <sup>a</sup>	.139	.093	.43470

a. Predictors: (Constant), CSRDI, LN TOTAL ASSET

b. Dependent Variable: PBV

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.922	.616		3.120	.003
	LN TOTAL ASSET	-.166	.082	-.327	-2.038	.049
	CSRDI	.613	.939	.105	.653	.518

a. Dependent Variable: PBV

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.133	2	.566	2.998	.062 <sup>b</sup>
	Residual	6.992	37	.189		
	Total	8.125	39			
a. Dependent Variable: PBV						
b. Predictors: (Constant), CSRDI, LN TOTAL ASSET						

PENGUKURAN LN TOTAL ASSET (X1)

No	Kode Perusahaan	Tahun	Total Asset (X1)	Ln Total Asset
1	DVLA	2015	1,376,278	6.138706168
		2016	1,531,365	6.185078717
		2017	1,640,886	6.21507841
		2018	1,682,821	6.226037923
		2019	1,829,960	6.262441597
2	INAF	2015	1,533,708	6.185742683
		2016	1,381,633	6.140392698
		2017	1,529,874	6.184655664
		2018	1,442,350	6.159070659
		2019	1,383,935	6.141115693
3	KAEF	2015	3,434,879	6.535911443
		2016	4,612,562	6.663942217
		2017	6,096,148	6.785055502
		2018	11,329,090	7.054195027
		2019	18,352,877	7.263704154
4	KLBF	2015	13,696,417	7.13660697
		2016	15,226,009	7.182586082
		2017	16,616,239	7.22053273
		2018	18,146,206	7.258785837
		2019	20,264,726	7.306740736
5	MERK	2015	641,646,818	8.807296045
		2016	743,934,894	8.87153493
		2017	847,006,544	8.927886766
		2018	1,263,113	6.101442205
		2019	901,060,986	8.954754186
6	PYFA	2015	159,951,537	8.203988418
		2016	167,062,795	8.222879743
		2017	159,563,931	8.202934727
		2018	187,057,163	8.271974343
		2019	190,786,208	8.280546976
7	SIDO	2015	2,796,111	6.446554408
		2016	2,987,614	6.475324486
		2017	3,158,198	6.499439354
		2018	3,337,628	6.52343793
		2019	3,536,898	6.548622535
8	TSPC	2015	6,284,729	6.798286555
		2016	6,585,807	6.818608999
		2017	7,434,900	6.871275132
		2018	7,869,975	6.895973353
		2019	8,372,769	6.922869109

### PENGUKURAN CSR (X2)

No	Kode Perusahaan	Tahun	Pengungkapan CSR		Jumlah
			$\Sigma x_{ij}$	$N_j$	CSRDI
1	DVLA	2015	38	91	0.417582418
		2016	38	91	0.417582418
		2017	38	91	0.417582418
		2018	38	91	0.417582418
		2019	38	91	0.417582418
2	INAF	2015	32	91	0.351648352
		2016	32	91	0.351648352
		2017	32	91	0.351648352
		2018	32	91	0.351648352
		2019	32	91	0.351648352
3	KAEF	2015	36	91	0.395604396
		2016	36	91	0.395604396
		2017	36	91	0.395604396
		2018	36	91	0.395604396
		2019	36	91	0.395604396
4	KLBF	2015	35	91	0.384615385
		2016	35	91	0.384615385
		2017	35	91	0.384615385
		2018	35	91	0.384615385
		2019	35	91	0.384615385
5	MERK	2015	26	91	0.285714286
		2016	26	91	0.285714286
		2017	26	91	0.285714286
		2018	26	91	0.285714286
		2019	26	91	0.285714286
6	PYFA	2015	27	91	0.296703297
		2016	27	91	0.296703297
		2017	27	91	0.296703297
		2018	27	91	0.296703297
		2019	27	91	0.296703297
7	SIDO	2015	23	91	0.252747253
		2016	23	91	0.252747253
		2017	23	91	0.252747253
		2018	23	91	0.252747253
		2019	23	91	0.252747253
8	TSPC	2015	25	91	0.274725275
		2016	25	91	0.274725275
		2017	25	91	0.274725275
		2018	25	91	0.274725275
		2019	25	91	0.274725275

# PENGUKURAN PBV (Y)

No	Kode Perusahaan	Tahun	Harga Saham	Nilai Buku Per Lembar Saham	Jumlah
1	DVLA	2015	1,300	869,21	1.495610957
		2016	1,755	963,91	1.820709402
		2017	1,960	996,70	1.966489415
		2018	1,940	1.071,66	1.806381929
		2019	2,250	1.166,14	1.92944243
2	INAF	2015	168	191,24	0.878477306
		2016	4,680	185,77	25.19244227
		2017	5,900	169,85	34.73653223
		2018	6,500	160,25	40.56162246
		2019	870	162,92	5.34004419
3	KAEF	2015	870	335,27	2.59492349
		2016	2,750	408,97	6.7242096
		2017	2,700	463,18	5.82926724
		2018	2,600	604,33	5.186721992
		2019	1,250	1.334,70	0.93654005
4	KLBF	2015	1,320	233,35	5.6567388
		2016	1,515	265,89	5.69784497
		2017	1,690	296,41	5.70156203
		2018	1,520	326,28	4.65857546
		2019	1,620	356,38	4.54570964
5	MERK	2015	6,775	21.140,22	0.31953309
		2016	9,200	1.300,61	7.07360392
		2017	8,500	1.373,74	6.18748817
		2018	4,300	1.156,88	3.71689371
		2019	2,850	1.325,92	2.14945095
6	PYFA	2015	112	189,17	0.59206005
		2016	200	197,18	1.01430165
		2017	183	203,44	0.89952812
		2018	189	222,26	0.85035544
		2019	198	233,10	0.84942085
7	SIDO	2015	550	173,22	3.17515298
		2016	520	183,86	2.82823887
		2017	545	193,06	2.82295659
		2018	840	196,88	4.2665583
		2019	1,230	199,66	6.1604728
8	TSPC	2015	1,750	963,81	1.81571057
		2016	1,970	1.030,06	1.91250995
		2017	1,800	1.129,34	1.59385128
		2018	1,390	1.207,30	1.151329411
		2019	1,395	1.286,90	1.08400031



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
LEMBAGA PENELITIAN (LEMLIT)  
UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO**

Jl. Raden Salch No. 17 Kota Gorontalo  
Telp: (0435) 8724466, 829975; Fax: (0435) 82997;  
E-mail: [lembagapencelitian@unisan.ac.id](mailto:lembagapencelitian@unisan.ac.id)

Nomor : 3172/PIP/LEMLIT-UNISAN/GTO/II/2021

Lampiran : -

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth,

Ketua Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia Universitas Ichsan Gorontalo

di,-

Gorontalo

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Zulham, Ph.D  
NIDN : 0911108104  
Jabatan : Ketua Lembaga Penelitian

Meminta kesediannya untuk memberikan izin pengambilan data dalam rangka penyusunan **Proposal / Skripsi**, kepada :

Nama Mahasiswa : Gio Vanni Rompas  
NIM : E2117098  
Fakultas : Fakultas Ekonomi  
Program Studi : Manajemen  
Lokasi Penelitian : BURSA EFEK INDONESIA  
Judul Penelitian : PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA SUB SEKTOR FARMASI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

Atas kebijakan dan kerja samanya diucapkan banyak terima kasih.

Gorontalo, 15 Februari 2021  
Ketua  
  
Zulham, Ph.D  
NIDN 0911108104



**GALERI INVESTASI BURSA EFEK INDONESIA**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO**

Jln Achmad Nadjamuddin No. 17 kota Gorontalo telepon (0435)829975  
Indonesia Stock Exchange  
Bursa Efek Indonesia



**SURAT KETERANGAN**

No. 017/SKD/GI-BEI/Unisan/V/2021

***Assalamu Alaikum, Wr, Wb***

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

**Nama** : Muh. Fuad Alamsyah, SE.,M.Sc  
**NIDN** : 0921048801  
**Jabatan** : Kepala Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia (GI-BEI)  
Universitas Ichsan Gorontalo

Dengan ini menyatakan bahwa yang bersangkutan dibawah ini

**Nama** : Gio Vanni Rompas  
**NIM** : E21.17.098  
**Jurusan / Prodi** : Manajemen  
**Judul Penelitian** : Pengaruh Ukuran Perusahaan dan *Coorporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sub Sektor Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia

Benar telah melakukan penelitian dan pengambilan data di Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia (GI-BEI) Unisan, Pada Tanggal 10 April 2021 terkait dengan kepentingan penelitian yang dilakukan.

Demikian surat ini dibuat dengan sebenarnya dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Gorontalo, 29 Mei 2021



Mengetahui,

**Muh. Fuad Alamsyah, SE.,M.Sc**  
**NIDN. 0921048801**





**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS ICHSAN  
(UNISAN) GORONTALO**

SURAT KEPUTUSAN MENDIKNAS RI NOMOR 84/D/O/2001  
Jl. Achmad Nadjamuddin No. 17 Telp (0435) 829975 Fax (0435) 829976 Gorontalo

**SURAT REKOMENDASI BEBAS PLAGIASI**

No. 0659/UNISAN-G/S-BPV/2021

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sunarto Taliki, M.Kom  
NIDN : 0906058301  
Unit Kerja : Pustikom, Universitas Ichsan Gorontalo

Dengan ini Menyatakan bahwa :

Nama Mahasiswa : GIO VANNI ROMPAS  
NIM : E2117098  
Program Studi : Manajemen (S1)  
Fakultas : Fakultas Ekonomi  
Judul Skripsi : Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan CSR Terhadap Nilai Perusahaan

Sesuai dengan hasil pengecekan tingkat kemiripan skripsi melalui aplikasi Turnitin untuk judul skripsi di atas diperoleh hasil Similarity sebesar 27%, berdasarkan SK Rektor No. 237/UNISAN-G/SK/IX/2019 tentang Panduan Pencegahan dan Penanggulangan Plagiarisme, bahwa batas kemiripan skripsi maksimal 35% dan sesuai dengan Surat Pernyataan dari kedua Pembimbing yang bersangkutan menyatakan bahwa isi softcopy skripsi yang diolah di Turnitin SAMA ISINYA dengan Skripsi Aslinya serta format penulisannya sudah sesuai dengan Buku Panduan Penulisan Skripsi, untuk itu skripsi tersebut di atas dinyatakan BEBAS PLAGIASI dan layak untuk diujikan.

Demikian surat rekomendasi ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Gorontalo, 28 Mei 2021

Tim Verifikasi,



**Sunarto Taliki, M.Kom**

NIDN. 0906058301

**Tembusan :**

1. Dekan
2. Ketua Program Studi
3. Pembimbing I dan Pembimbing II
4. Yang bersangkutan
5. Arsip



## **ABSTRACT**

**GIO VANNI ROMPAS. E2117098. THE INFLUENCE OF THE COMPANY SIZE AND CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ON THE COMPANY VALUE**

*The research aims at finding and analyzing the significance of the influence of the company size and corporate social responsibility on the company value. The research is done at the Indonesia Stock Exchange with the period of research between 2015 – 2019. The samples of the research consist of eight companies through the Purposive Sampling technique. The data analysis technique applied in this research is the Multiple Regression Analysis. Based on the data analysis, it is found that the company size/Ln Total Asset (X1) and the Corporate Social Responsibility/CSRDI (X2) do not simultaneously affect the company value/PBV (Y). The significance of the simultaneous effect is 6.2% and the remaining 94.8% is affected by other variables that are not part of the research. Partially, the company size/Ln Total Asset (X1) influences the company value/PBV (Y) by 4.9% which is considered significant based on the t-test and has a positive projection. The Corporate Social Responsibility/CSRDI (X2) affects the company value/PBV (Y) by 51.8% which assumed insignificant based on the t-test and has a negative projection. The result of the research indicates that (1) the company size does not significantly affect the company value (2) the corporate social responsibility does not significantly affect the company value.*

**Keywords:** *company size, Corporate Social Responsibility, company value*



## ABSTRAK

### GIO VANNI ROMPAS. E2117098. PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar Pengaruh Ukuran Perusahaan, dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan. Penelitian ini dilakukan di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan periode penelitian tahun 2015-2019. Sampel dari penelitian ini berjumlah 8 perusahaan. Metode penentuan sampel digunakan adalah *Purposive Sampling*. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Berganda. Berdasarkan analisis data, ditemukan bahwa ukuran perusahaan (*Ln Total Asset*) (X1) dan *Corporate Social Responsibility* (CSRDI) (X2) secara simultan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV) (Y). Besarnya pengaruh simultan adalah 6,2% sedangkan sisanya 94,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Secara parsial ukuran perusahaan (*Ln Total Asset*) (X1) terhadap nilai perusahaan (PBV) (Y) sebesar 4,9%, besar pengaruhnya signifikan berdasarkan uji\_t dan memiliki arah yang positif. *Corporate Social Responsibility* (CSRDI) (X2) terhadap nilai perusahaan (PBV) sebesar 51,8%, besar pengaruhnya tidak signifikan berdasarkan uji\_t dan memiliki arah yang negative. Hasil analisis data menunjukkan bahwa: (1) ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, (2) *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: Ukuran Perusahaan, *Corporate Social Responsibility*, Nilai Perusahaan





Skripsi\_E2117098\_GiovanniRompas\_Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan CSR Terhadap Nilai Perusahaan.docx

May 27, 2021

14222 words / 92836 characters

E2117098

## Giovanni Rompas.docx

## Sources Overview

27%

OVERALL SIMILARITY

1	repository.radenintan.ac.id	4%
2	repository.unpas.ac.id	2%
3	journal.iaingorontalo.ac.id	2%
4	repository.uin-suska.ac.id	1%
5	fahmaiqal21.blogspot.com	1%
6	repository.uinsu.ac.id	1%
7	repository.pelitabangsa.ac.id	1%
8	text4d.123dok.com	<1%
9	core.ac.uk	<1%
10	repository.unmuhprk.ac.id	<1%
11	eprints.stainkudus.ac.id	<1%
12	id.123dok.com	<1%
13	repository.uinjkt.ac.id	<1%
14	redgallon.blogspot.com	<1%
15	repository.unhas.ac.id	<1%
16	ml.scribd.com	<1%



17	etheses.uin-malang.ac.id	INTERNET	<1%
18	jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id	INTERNET	<1%
19	repositori.usu.ac.id	INTERNET	<1%
20	ejournal.stieppi.ac.id	INTERNET	<1%
21	repo.darmajaya.ac.id	INTERNET	<1%
22	jurnal.unej.ac.id	INTERNET	<1%
23	ekonometrikblog.files.wordpress.com	INTERNET	<1%
24	www.scribd.com	INTERNET	<1%
25	riset.unisma.ac.id	INTERNET	<1%
26	repositori.umsu.ac.id	INTERNET	<1%
27	ojs.unud.ac.id	INTERNET	<1%
28	repository.widyatama.ac.id	INTERNET	<1%
29	eprints.perbanas.ac.id	INTERNET	<1%
30	lib.unnes.ac.id	INTERNET	<1%
31	eprints.peradaban.ac.id	INTERNET	<1%
32	repositori.uin-alauddin.ac.id	INTERNET	<1%
33	financialtrik.wordpress.com	INTERNET	<1%
34	repository.untag-sby.ac.id	INTERNET	<1%
35	www.pahlevi.net	INTERNET	<1%
36	ecampus.pelitabangsa.ac.id	INTERNET	<1%
37	hasbilfauzi.blogspot.com	INTERNET	<1%
38	www.acilit.net	INTERNET	<1%
39	Edison Vain S, Afrizal, Yudi: "Pengaruh Corporate Social Responsibility, Kepemilikan Institusional dan Asimetri Informasi Terhadap Cos...	CHOCOLATE	<1%
40	eprints.uny.ac.id	INTERNET	<1%

41	anzdoc.com INTERNET	<1%
42	123dok.com INTERNET	<1%
43	adoc.tips INTERNET	<1%
44	eprints.undip.ac.id INTERNET	<1%
45	Ni Luh Tiya Arini, Ni Nyoman Ayu Suryandari, A.A. Putu Gde Bagus Arie Susandya. "ANALISIS IMPLEMENTASI NILAI PERUSAHAAN PA..." CROSSREF	<1%
46	docobook.com INTERNET	<1%
47	repo.lain-tulungagung.ac.id INTERNET	<1%
48	LL Dikti IX Turnitin Consortium on 2019-07-16 SUBMITTED WORKS	<1%
49	adoc.pub INTERNET	<1%

## Excluded search repositories:

- None

## Excluded from Similarity Report:

- Bibliography
- Quotes
- Small Matches (less than 20 words).

## Excluded sources:

- None

## CURRICULUM VITAE



### 1. IDENTITAS PRIBADI

Nama	: Gio Vanni Rompas
Nim	: E2117098
Tempat/Tgl Lahir	: Kaaruyan, 14 Juni 1997
Jenis Kelamin	: Perempuan
Angkatan	: 2017
Fakultas	: Ekonomi
Jurusan	: Manajemen
Konsentrasi	: Keuangan
Agama	: Kristen
Alamat	: Jl.23 January, Kel.Ipilo Kec.Kota Timur, Kota Gorontalo

### 2. Riwayat Pendidikan

#### a. Pendidikan Formal

1. Menyelesaikan belajar di SD Negeri 06 Mananguh Kec Boalemo Kota Gorontalo, pada tahun 2009.
2. Kemudian melanjutkan ke jenjang berikutnya di SMP Negeri 2 Mananguh Kec Boalemo Kota Gorontalo, pada tahun 2012
3. Selanjutnya menyelesaikan belajar di SMK Negeri 2 Gorontalo, Kota Gorontalo pada tahun 2015.
4. Melanjutkan pendidikan tinggi di Universitas Ichsan Gorontalo, mengambil jurusan Manajemen di Fakultas Ekonomi.

#### b. Pendidikan Non Formal

1. Peserta Orientasi Mahasiswa Baru (OMB) yang diselenggarakan Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) dan Fakultas Ekonomi Universitas Ichsan Gorontalo.
2. Mengikuti Kuliah Kerja Lapangan di Desa Labanu pada tahun 2020.