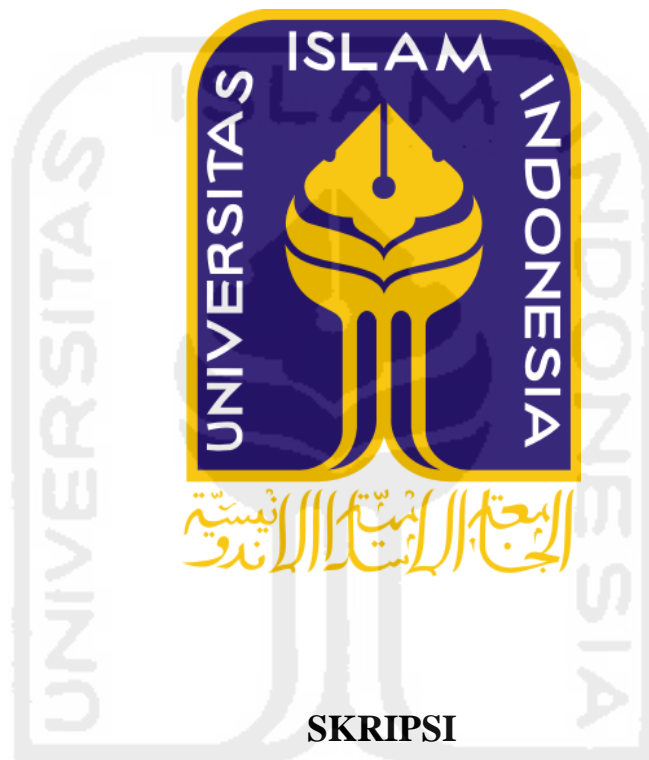


**ANALISIS PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*,  
UKURAN PERUSAHAAN, DAN PERTUMBUHAN PERUSAHAAN  
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN  
(Studi Empiris Perusahaan yang Terdaftar pada Indeks LQ 45 Indonesia  
Periode 2013-2015)**



**SKRIPSI**

**Disusun oleh:**

**Nama : Ishmah Azzahra Suhartonoputri**

**NIM : 13312018**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA**

**2017**

**ANALISIS PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*,  
UKURAN PERUSAHAAN, DAN PERTUMBUHAN PERUSAHAAN  
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN**

**(Studi Empiris Perusahaan yang Terdaftar pada Indeks LQ 45 Indonesia Periode  
2013-2015)**

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk mencapai  
derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Ekonomi UII

Oleh: Ishmah Azzahra Suhartonoputri

No. Mhs: 13312018

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA  
2017**

### PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 13 Maret 2017

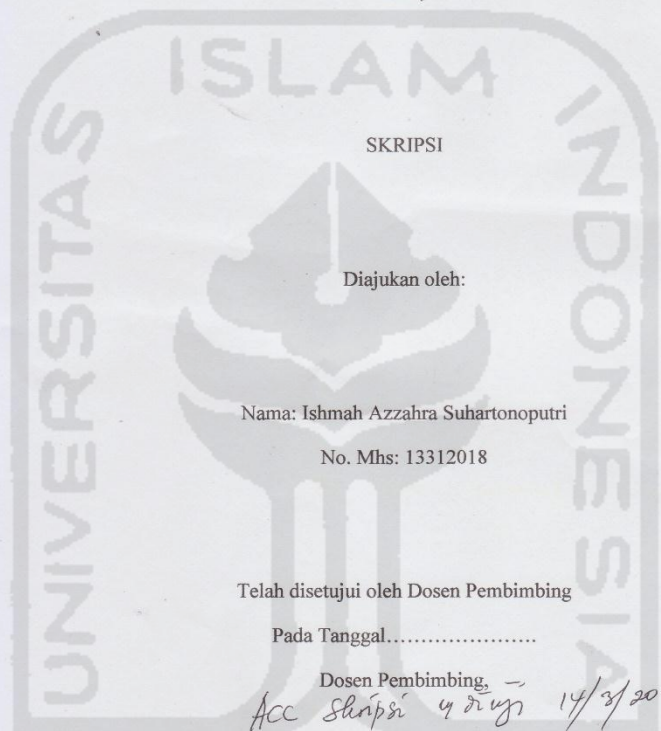
Penulis,



(Ishmah Azzahra Suhartonoputri)

ANALISIS PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*, UKURAN  
PERUSAHAAN, DAN PERTUMBUHAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI  
PERUSAHAAN

(Studi Empiris Perusahaan yang Terdaftar pada Indeks LQ 45 Indonesia Periode 2013-  
2015)



SKRIPSI

Diajukan oleh:

Nama: Ishmah Azzahra Suhartonoputri

No. Mhs: 13312018

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal.....

Dosen Pembimbing

Acc Skripsi 4 orang 14/3/2019

(Neni Meidawati, Dra.,M.Si.,Ak.)

**BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI**

SKRIPSI BERJUDUL

**ANALISIS PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, UKURAN  
PERUSAHAAN, DAN PERTUMBUHAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI  
PERUSAHAAN**

Disusun Oleh : **ISHMAH AZZAHRA SUHARTONOPUTRI**

Nomor Mahasiswa : **13312018**

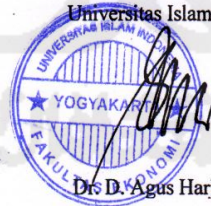
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Rabu, tanggal: 12 April 2017

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Neni Meidawati, Dra.,M.Si., Ak,CA.

Penguji : Rifqi Muhammad, SE., SH.,M.Sc, SAS.

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Indonesia



Dr. D. Agus Harjito, M.Si.

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum wr.wb.*

*Alhamdulillah hamdan thoyyiban mubaraakan fihi, mubaarokan 'alaihi, kamaa yuhibbu robbunaa wa yardho. Asyhadu an laa ilahailallah wahdahulaa syarikalahu wa asyhadu anna muhammad ar rosulullah.* Segala puji bagi Allah SWT atas setiap kekuatan dan kesabaran yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan taslim semoga selalu tercurah limpahkan kepada qiyadah tertinggi, pemimpin sejati, manusia termulia sepanjang abad dan zaman. Sang murobbi terhebat yang telah mengkader pemimpin-pemimpin islam untuk dunia. Semoga kita tetap termasuk umat beliau, mujahid beliau yang senantiasa istiqomah, teguh hati dan jiwa terhadap manhajnya, terhadap perjuangannya hingga akhir zaman nanti. Aamiin.

Penyusunan skripsi yang berjudul **“ANALISIS PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, UKURAN PERUSAHAAN, DAN PERTUMBUHAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Empiris Perusahaan yang Terdaftar pada Indeks LQ 45 Indonesia Periode 2013-2015)”** disusun guna memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana (S1) pada program studi Akuntansi di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Proses penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang selalu memudahkan segala urusan penulis selama menyelesaikan skripsi ini. Sungguh tiada kemudahan kecuali yang Allah

jadikan mudah, terima kasih atas berkah dan rahmat yang Engkau berikan kepada penulis.

2. Nabi Muhammad SAW yang telah menginspirasi penulis dan mengajarkan arti dari sebuah perjuangan yang hakiki mesti tidak secara langsung namun buah dari perjuangannya dapat dirasakan oleh penulis.
3. Bapak Suhartono, S.E.,M.Si dan Ibu Hindarti sebagai orang tua penulis. Terima kasih atas semua dukungan moral dan finansial serta nasihat-nasihat yang diberikan kepada penulis selama ini. Terima kasih untuk setiap lantunan doa yang Ayah Ibu persembahkan untuk penulis. Terima kasih telah menjadi orang tua yang mengajarkan penulis untuk tetap kuat dan sabar dalam menjalani kehidupan ini. Terima kasih Ayah Ibu, dari kalianlah penulis belajar sebuah perjuangan dan pengorbanan. Semoga penulis bisa menjadi bintang yang kalian impikan dan layak untuk dibanggakan.
4. Ananda Hafidh Ahsan dan Dzaki Avicena sebagai adik kandung penulis yang telah membuka mata penulis dari kegelapan. Penulis doakan semoga cita-citamu tercapai dan selalu diberikan kekuatan dan kesabaran dalam menghadapi duri-duri kehidupan ini.
5. Ibu Neni Meidawati, Dra., M.Si., Ak. selaku dosen pembimbing skripsi penulis. Terima kasih banyak atas semua bimbingan dan nasihatnya selama ini. Terima kasih banyak untuk setiap waktu yang Ibu luangkan serta untuk kesabaran Ibu selama membimbing penulis.

6. Bapak Dr. Dwipraptono Agus Harjito, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
7. Bapak Drs. Dekar Urumsah, S.Si, M.Com.(SI), Ph.D. selaku Ketua Prodi Akuntansi serta segenap jajaran staf pengajar Prodi Akuntansi yang telah memberikan banyak ilmu dan nilai-nilai moral bagi penulis. Jasa Bapak-bapak dan Ibu-ibu kan selalu penulis kenang sepanjang masa.
8. Sahabat kecilku (Mirantika, Febriana, Tia Purwanti) terima kasih sudah menemani penulis dari kecil hingga saat ini meskipun sekarang kita terpisah. Namun, dukungan dan doa kalian tetap sampai ke penulis. Terima kasih juga kalian telah menginspirasi penulis.
9. Kawan setia Nourmalia terima kasih telah mendengar keluh kesah selama penulisan skripsi ini hingga selesai, meskipun lebih banyak keluh kesahmu.
10. Teman-teman Mendes Sholihah (Nabila, Risnawati) yang telah turut serta membantu, menemani dan mendoakan dalam menyelesaikan penulisan skripsi.
11. Sahabat Menuju Toga SE Islamiyah (Rima, Giok, Rini, Keumala, Anisatun, Indah) yang memberikan bantuan non akademis maupun akademis dari awal hingga akhir penulisan skripsi.
12. Yunda Lotta, Sarah, Hani, dan Rezky terimakasih telah memotivasi, membantu, menemani dan mendoakan dalam menyelesaikan penulisan skripsi.



13. Teman-teman KKN unit 13 (Lisyana, Astrid, Canina, Olfy, Mas Dau, Misbah, Mas Askar) serta keluarga bapak Bambang selaku Kepala Dusun Jurang Celong dan tuan rumah. Terima kasih atas kekeluargaan yang kita jalin sejak sebulan itu hingga saat ini. Terima kasih atas setiap pengalaman berharga yang kalian berikan ke penulis.
14. Keluarga Pengurus KOHATI, terima kasih sudah menginspirasi dan memotivasi penulis untuk selalu berkarya tanpa mengabaikan kewajiban dalam berorganisasi.
15. Semua pihak yang telah membantu penulis sejak kuliah perdana hingga proses penulisan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Semoga Allah selalu melimpahkan berkah, rahmat, dan hidayah-Nya bagi Bapak, Ibu dan Saudara yang telah mendukung dan membantu penulis dalam segala hal. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan masih banyak sekali kekurangannya. Tak ada gading yang tak retak, oleh karena itu kritik dan saran yang mendukung masih sangat diperlukan dalam penyempurnaan skripsi ini.

*Wassalamu 'alaikum wr.wb.*

Penulis, 13 Maret 2017

(Ishmah Azzahra Suhartonoputri)

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul .....	i
Halaman Judul.....	ii
Halaman Bebas Plagiarisme.....	iii
Halaman Pengesahan .....	iv
Halaman Berita Acara Ujian Skripsi.....	v
Kata Pengantar .....	vi
Daftar Isi.....	x
Daftar Tabel .....	xiv
Daftar Gambar.....	xv
Daftar Lampiran .....	xvi
Abstrak .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1.Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	4
1.3.Tujuan Penelitian .....	4
1.4.Manfaat Penelitian .....	5
1.5.Sistematika Pembahasan .....	6
<b>Bab II KAJIAN PUSTAKA</b>	

2.1. Landasan Teori.....	7
2.1.1. Nilai Perusahaan .....	7
2.1.2. Teori Signaling.....	8
2.1.3. Teori Legitimasi.....	9
2.1.4. <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	9
2.1.5. Ukuran Perusahaan .....	11
2.1.6. Pertumbuhan Perusahaan.....	12
2.2. Penelitian Terdahulu .....	12
2.3. Pengembangan Hipotesa.....	15
2.3.1. Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan.....	15
2.3.2. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan..	16
2.3.3. Pengaruh Pertumbuhan Terhadap Nilai Perusahaan.....	17
2.4. Kerangka Pemikiran.....	18
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>19</b>
3.1. Populasi dan Sampel .....	19
3.2. Data dan Sumber Data .....	20
3.3. Variabel Penelitian.....	20
3.3.1. Variabel Independen .....	20

3.3.1.1. <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	20
3.3.1.2. Ukuran Perusahaan.....	21
3.3.1.3. Pertumbuhan Perusahaan .....	22
3.3.2. Variabel Dependen.....	22
3.3.2.1. Nilai Perusahaan.....	22
3.4. Teknik Analisis Data.....	23
3.4.1. Uji Deskriptif .....	23
3.4.2. Uji Asumsi Klasik.....	24
3.4.3. Persamaan Regresi Linier Berganda.....	25
3.5. Pengujian Hipotesis .....	26
3.5.1. Metode Adjusted R <sup>2</sup> (Koefisien Determinasi) .....	27
3.5.2. Uji T ( <i>Partial Individual Test</i> ).....	27
3.5.3. Uji F ( <i>Overall Significant Test</i> ) .....	27
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>29</b>
4.1. Hasil Pengumpulan Data.....	29
4.2. Hasil Analisis Data .....	30
4.2.1. Hasil Analisis Uji Deskriptif.....	30
4.2.2. Hasil Analisis Uji Asumsi Klasik .....	33

4.2.2.1. Hasil Uji Normalitas.....	33
4.2.2.2. Hasil Uji Autokorelasi.....	34
4.2.2.3. Hasil Uji Multikolenieritas.....	35
4.2.2.4. Hasil Uji Heterokedastisitas .....	36
4.2.3. Analisis Regresi Linier Berganda .....	37
4.2.4. Analisis Koefisien Determinasi .....	39
4.2.5. Hasil Uji F.....	39
4.2.6. Hasil Uji T.....	40
4.3. Pembahasan.....	42
4.3.1. Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan.....	42
4.3.2. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan ..	43
4.3.3. Pengaruh Pertumbuhan Terhadap Nilai Perusahaan .....	44
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>46</b>
5.1. Kesimpulan .....	46
5.2. Keterbatasan Penelitian .....	46
5.3. Saran .....	47
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>48</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>50</b>

## DAFTAR TABEL

4.1. Kriteria Pengambilan Sampel Penelitian .....	30
4.2. Hasil Uji Statistik Deskriptif .....	31
4.3. Hasil Uji Normalitas Data dengan Uji Statistik <i>Kolmogoros-Smirnov</i> . 34	
4.4. Hasil Uji Autokorelasi dengan Uji Statistik <i>Durbin-Watson</i> .....	34
4.5. Hasil Uji Multikolinieritas .....	35
4.6. Hasil Uji Heterokedastisitas .....	36
4.7. Hasil Analisis Regresi Berganda.....	37
4.8. Hasil Koefisien Determinasi .....	39
4.9. Hasil Uji F.....	39
4.10. Hasil Uji T.....	40

## DAFTAR GAMBAR

2.1. Arah Penelitian.....	18
---------------------------	----



## DAFTAR LAMPIRAN

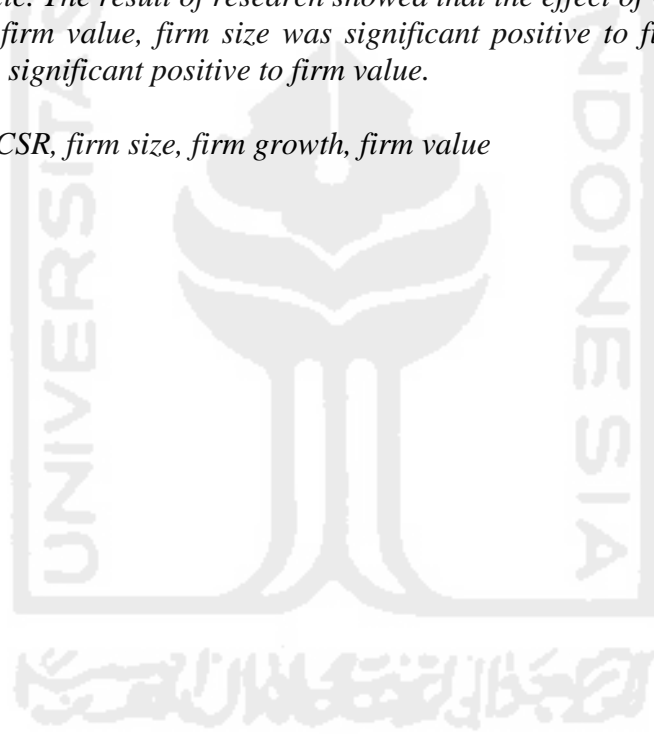
Lampiran 1. Daftar Nama Perusahaan Sampel .....	51
Lampiran 2. Daftar Nama Perusahaan yang Menggunakan Mata Uang Selain Rupiah .....	52
Lampiran 3. Daftar Hasil Perhitungan Data.....	53
Lampiran 4. Item Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	56
Lampiran 5. Hasil Perhitungan CSRI tahun 2013.....	60
Lampiran 6. Hasil Perhitungan CSRI tahun 2014.....	61
Lampiran 7. Hasil Perhitungan CSRI tahun 2015.....	62
Lampiran 8. Hasil Perhitungan Ukuran Perusahaan .....	63
Lampiran 9. Hasil Perhitungan Pertumbuhan Perusahaan .....	65
Lampiran 10. Hasil Perhitungan Nilai Perusahaan tahun 2013 .....	66
Lampiran 11. Hasil Perhitungan Nilai Perusahaan tahun 2013 .....	67
Lampiran 12. Hasil Perhitungan Nilai Perusahaan tahun 2013 .....	68



## **ABSTRACT**

*This research aims to analyze the effect of Corporate Social Responsibility, firm size, and firm growth against the firm value. The population of this research is some companies which are listed in LQ 45 Index in 2013-2015 consecutively. The sampling technique is a purposive sampling method which results 25 samples. Data analysis for analysing the factors which affect the firm value is a multiple regression analysis and hypothesis testing using determinant coefficient, t-statistic and f-statistic. The result of research showed that the effect of CSR was significant positive to firm value, firm size was significant positive to firm value, and firm growth was significant positive to firm value.*

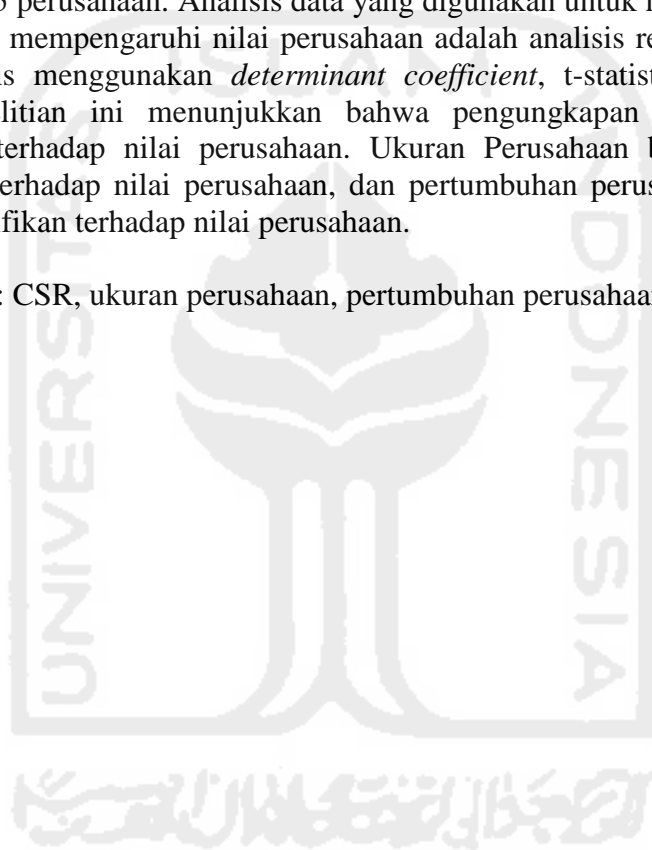
*Key word: CSR, firm size, firm growth, firm value*



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility*, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang berturut-turut terdaftar dalam indeks LQ45 pada tahun 2013-2015. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *purposive sampling* yang menghasilkan sampel sebanyak 25 perusahaan. Analisis data yang digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah analisis regresi berganda dan uji hipotesis menggunakan *determinant coefficient*, t-statistik serta f-statistik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, dan pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: CSR, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, nilai perusahaan



## Bab I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang

Menurut Harmono (2009) tujuan manajemen keuangan perusahaan adalah memaksimalkan kekayaan para pemegang saham, yang berarti meningkatkan nilai perusahaan yang merupakan ukuran nilai objektif oleh publik dan orientasi pada kelangsungan hidup perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan yang telah *go public* semaksimal mungkin berusaha untuk meningkatkan nilai perusahaannya. Salah satu cara untuk meningkatkan nilai perusahaan adalah dengan cara memaksimalkan laba perusahaan.

Nilai perusahaan merupakan nilai dari perspektif investor. Maka, nilai perusahaan juga bisa diidentifikasi melalui nilai pasar sahamnya. Fama (1970, 1998, 2001) dalam Harmono (2009) menyatakan bahwa proses terbentuknya harga saham di pasar akan sangat tergantung pada kondisi tingkat efisiensi pasar, baik secara informasi maupun secara keputusan, mulai efisiensi bentuk lemah, setengah kuat, dan bentuk kuat. Efisiensi pasar lemah adalah ketika di pasar hanya terdapat informasi masa lalu. Efisiensi pasar setengah kuat terjadi ketika pasar memiliki informasi yang bersifat masa lalu dan sekarang. Efisiensi pasar kuat terjadi ketika pasar memiliki informasi yang bersifat masa lalu, sekarang dan informasi masa depan. Informasi berupa nilai perusahaan ini sangat penting bagi investor dan calon investor. Nilai perusahaan mampu menggambarkan kondisi perusahaan itu sendiri. Oleh karena itu, bagi calon investor penting untuk melihat

dan menganalisis nilai perusahaan sasaran sebelum memutuskan untuk melakukan investasi. Dengan adanya informasi nilai perusahaan, calon investor mampu membandingkan dan memutuskan dari beberapa perusahaan yang dianggap paling menguntungkan. Begitu juga untuk para investor, informasi ini penting untuk bisa menentukan keputusan *buy*, *sale*, atau *hold*.

Saat ini, di Indonesia perusahaan-perusahaan dalam industri semakin banyak dan meningkat. Hal ini menyebabkan semakin ketatnya persaingan antar perusahaan terutama pada perusahaan-perusahaan yang menjual sahamnya di bursa efek. Perusahaan-perusahaan yang menjual sahamnya di bursa efek atau sering dikenal sebagai perusahaan *go public* selalu berlomba-lomba menarik calon investor supaya berinvestasi pada perusahaannya. Kemudian, para investor akan mempertimbangkan dengan melihat besarnya nilai dari perusahaan yang tercermin dari tingginya nilai harga pasar saham.

*Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh suatu perusahaan yang sesuai dengan isi Undang-Undang Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007. Undang-undang tersebut mewajibkan perusahaan yang melakukan kegiatan usaha di bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Penelitian sebelumnya menunjukkan ketidak konsistenan hasil mengenai pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan, dalam penelitian Adnantara (2013) menunjukkan hasil berpengaruh positif, sedangkan dalam penelitian Augustine (2014) menunjukkan hasil berpengaruh negatif.

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara antara lain dengan total aktiva, *log size*, nilai pasar saham, dan lain-lain. Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal (Prasetyorini, 2013). Penelitian sebelumnya Prasetyorini (2013) menunjukkan bahwa faktor ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan Pantow, dkk (2015) membuktikan bahwa faktor ukuran perusahaan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan operasional perusahaan di periode masa lalu dan dapat dijadikan prediksi pertumbuhan dimasa yang akan datang (Pantow, dkk 2015). Pertumbuhan perusahaan yang semakin cepat dapat mencerminkan besarnya kebutuhan dana jika perusahaan ingin melakukan perluasan usaha, sehingga memperbesar pula keinginan perusahaan untuk menahan laba (Sari dan Abundanti 2014). Variabel pertumbuhan penjualan diuji untuk menjawab saran dari penelitian Prasetia, dkk (2014).

Penelitian ini akan mengatasi hasil ketidak konsistenan dan menjawab saran dari penelitian-penelitian sebelumnya. Penelitian ini menggabungkan penelitian dari Prasetyorini (2013), Pantow, dkk (2015), Adnantara (2013), Agustine (2014), dan Prasetia, dkk (2014). Variabel dependen dari penelitian ini adalah nilai perusahaan, sedangkan variabel independen dari penelitian ini adalah *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan perusahaan.

Pemilihan sampel dari penelitian ini adalah perusahaan- perusahaan yang secara berturut-turut terdaftar di indeks saham LQ 45 selama periode 2013-2015. Salah satu alasan pemilihan perusahaan indeks saham LQ 45 karena saham LQ 45 merupakan saham-saham yang paling aktif diperdagangkan dalam Bursa Efek Indonesia dan merupakan saham-saham unggulan yang dipilih dari tiap-tiap sektor industri sehingga dapat lebih akurat dalam analisisnya secara runtut waktu (*time series*) dan pemilihan tahun 2013-2015 sebagai tahun pengamatan karena tahun tersebut merupakan tahun terbaru pada saat penelitian dilakukan. Oleh karena itu peneliti mengambil penelitian dengan judul: **“ANALISIS PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, UKURAN PERUSAHAAN, DAN PERTUMBUHAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN”**

## **1.2. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah variabel *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah variabel ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah variabel pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Menganalisis dan menguji pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan
2. Menganalisis dan menguji pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan
3. Menganalisis dan menguji pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Dari hasil penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Investor

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan pertimbangan investor untuk menentukan investasinya pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia yang dianggap paling menguntungkan dengan prediksi melalui nilai perusahaan serta membantu investor dalam membuat keputusan *buy*, *sale*, atau *hold*.

2. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan kinerja manajemen perusahaan untuk memaksimalkan nilai perusahaan karena telah mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan sehingga faktor-faktor tersebut harus ditingkatkan guna meningkatkan nilai perusahaan.

3. Bagi Pihak Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi bagian dari bahan kajian referensi untuk pengembangan penelitian selanjutnya.

### **1.5. Sistematika Pembahasan**

Pembahasan dalam skripsi ini akan disajikan dalam lima bab yang berurutan sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika pembahasan.

#### **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

Pada bab ini berisi uraian tentang teori-teori yang berkaitan dengan *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Nilai Perusahaan.

#### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini menguraikan tentang populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, definisi variabel penelitian serta pengukurannya, kerangka penelitian, teknik pengujian data dan pengujian hipotesis, metode analisis data, model penelitian, hipotesa operasional.

#### **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini berisi tentang uraian deskripsi objek penelitian, analisis data, dan interpretasi hasil penelitian.

#### **BAB V PENUTUP**

Pada bab ini menguraikan tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian yang dilakukan serta memberikan saran untuk penelitian yang akan datang.



## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1. Landasan Teori

##### 2.1.1. Nilai Perusahaan

Menurut Harmono (2009), dalam teori keuangan pasar modal harga saham di pasar disebut sebagai *konsep nilai perusahaan*. Harga saham yang digunakan umumnya mengacu pada harga penutupan (*closing price*), dan merupakan harga yang terjadi pada saat saham diperdagangkan di pasar (Fakhrudin & Hardianto 2001). Nilai perusahaan juga merupakan nilai dari persepsi para investor.

Menurut Christiawan dan Tarigan (2007) dalam Hardiyanti (2012) ada beberapa konsep yang menjelaskan nilai perusahaan antara lain nilai nominal, nilai intrinsik, nilai likuidasi, nilai buku, dan nilai pasar. Nilai nominal yaitu nilai yang telah ditetapkan dalam anggaran dasar perseroan dan berkaitan dengan hukum. Nilai intrinsik adalah nilai fundamental atau nilai saham yang sesungguhnya. Penentuan nilai intrinsik dapat dilakukan melalui dua pendekatan, yakni; analisis fundamental dengan menggunakan data keuangan perusahaan, seperti laba, dividen, penjualan, dan sebagainya; atau dengan cara analisis teknikal yang menggunakan data pasar (Harmono, 2009). Nilai likuidasi adalah nilai jual dari total asset yang telah dikurangi dengan kewajiban-kewajiban perusahaan. Nilai buku adalah nilai yang menunjukkan aset bersih yang dimiliki pemegang saham dengan memiliki saham. Nilai buku per saham artinya adalah perbandingan antara modal (*common equity*) dengan jumlah saham yang beredar (*shares*

*outstanding*) (Fakhrudin dan Hadianto, 2001). Nilai pasar adalah harga yang ditentukan oleh pasar pada saat tertentu (Harmono, 2009).

Nilai perusahaan mampu meningkatkan kekayaan pemegang saham jika harga sahamnya meningkat. Semakin tinggi harga saham, semakin banyak keuntungan yang didapat para pemegang saham. Nilai perusahaan menurut Brigham dan Gapenski (2006) dalam Hermuningsih (2013), dapat diukur dengan *price to book value* (PBV), yaitu perbandingan antara harga saham dengan nilai buku per saham.

### **2.1.2 Teori Signaling**

Brigham & Huston (2006) mendefinisikan signal sebagai suatu tindakan dari manajemen perusahaan yang memberi petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Berdasarkan teori ini, perusahaan yang memiliki nilai tinggi akan memberikan signal ke pasar lebih kuat daripada perusahaan dengan nilai rendah. Dalam teori ini diungkapkan bahwa investor mampu melihat kondisi perusahaan baik perusahaan yang memiliki nilai tinggi dan prospek bagus maupun perusahaan yang memiliki nilai rendah dan prospek kurang bagus. Oleh karena itu tentu investor akan memilih perusahaan profitabel karena perusahaan yang profitabel memiliki prospek yang bagus. Perusahaan yang profitabel atau memiliki nilai perusahaan yang tinggi dapat tercermin dari harga saham yang tinggi.

### **2.1.3. Teori Legitimasi**

Menurut Hanifa dalam Permanasari (2010), *legitimacy theory* perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai *justice*, dan bagaimana perusahaan menanggapi berbagai kelompok kepentingan untuk melegitimasi tindakan perusahaan. Oleh karena itu perusahaan semakin menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan juga tergantung dari hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungan dimana perusahaan tersebut menjalankan setiap aktivitasnya. Jika terjadi ketidakselarasan antara sistem nilai perusahaan dan sistem nilai masyarakat, maka perusahaan akan kehilangan legitimasinya dan selanjutnya akan mengancam kelangsungan hidup perusahaan.

*Legitimacy theory* merupakan teori yang mempunyai arti tentang *Corporate Social Responsibility*. Tanggung jawab sosial dilakukan agar mempunyai nilai positif terhadap masyarakat sekitar yang dapat mempengaruhi nama perusahaan dimata investor dan masyarakat (Hapsara 2016).

### **2.1.4. Corporate Social Responsibility**

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* dalam Permanasari (2010) *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan. Hal tersebut dilakukan melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas

kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan.

Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting*. *Sustainability Reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (Permanasari, 2010).

CSR atau tanggung jawab sosial ini lebih ditegaskan lagi dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal dan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Dalam pasal 15 huruf b Undang-Undang No 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal disebutkan bahwa: “*Setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan*”, dalam penjelasan pasal tersebut disebutkan “*Yang dimaksud dengan “tanggung jawab sosial perusahaan” adalah tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanaman modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat. Sedangkan pada Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas menyebutkan “Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya”*”.

*Corporate Sosial Responsibility* pada perusahaan diharapkan dapat meningkatkan perhatian terhadap lingkungan, kondisi tempat kerja, hubungan perusahaan kepada masyarakat, investasi sosial perusahaan, dan citra perusahaan di mata publik menjadi baik. Dalam aktifitas setiap perusahaan akan berinteraksi dengan lingkungan sosialnya. Akibat dari interaksi itu menuntut adanya timbal balik antara perusahaan dan lingkungan sosial yang berimplikasi pada timbulnya dampak-dampak sosial atas kegiatan operasi perusahaan pada lingkungannya. Sepanjang perusahaan menggunakan sumber daya manusia dan komunitas yang ada, maka perusahaan memiliki tanggung jawab untuk menghasilkan profit dan mengembalikan sebagian profit tersebut bagi masyarakat (Hapsara 2016).

#### **2.1.5. Ukuran Perusahaan**

Ukuran perusahaan merupakan suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara antara lain dengan total aktiva, *log size*, nilai pasar saham, dan lain-lain (Prasetyorini, 2013). Ukuran perusahaan dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan masyarakat (investor dan kreditor) akan perusahaan tersebut. Semakin besar ukuran perusahaan maka tingkat kepercayaan masyarakat akan semakin tinggi. Semakin tinggi kepercayaan masyarakat maka semakin mudah perusahaan untuk mencari modal di pasar. Ukuran perusahaan bisa dinilai dengan besarnya aktiva yang digunakan untuk kegiatan operasional yang dimiliki oleh perusahaan (Prasetyorini, 2013). Ukuran perusahaan juga dapat dinilai dengan harga pasar saham dengan pendekatan *price earning ratio* (Prasetyorini, 2013).

### **2.1.6. Pertumbuhan Perusahaan**

Menurut Widarjo dan Setiawan dalam Gemil (2016) *Sales growth* adalah kemampuan perusahaan untuk meningkatkan penjualan dari satu periode ke periode berikutnya. Pertumbuhan penjualan adalah kenaikan jumlah penjualan dari tahun ke tahun atau dari waktu ke waktu. Bagi perusahaan yang mempunyai pertumbuhan penjualan yang tinggi maka kecenderungan penggunaan utang sebagai sumber dana eksternal lebih besar dibandingkan perusahaan yang mempunyai tingkat pertumbuhan penjualan yang rendah. Semakin besarnya pertumbuhan penjualan merupakan sebuah keuntungan bagi perusahaan karena dengan demikian dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya dan memudahkan manajemen dalam mendapatkan hutang karena adanya keyakinan investor akan kinerja perusahaan tersebut.

### **2.2. Penelitian Terdahulu**

Penelitian dilakukan oleh Adnantara (2013) dengan judul “Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham dan Corporate Social Responsibility pada Nilai Perusahaan”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Struktur Kepemilikan pada *Corporate Social Responsibility*, pengaruh Struktur Kepemilikan pada Nilai Perusahaan, pengaruh *Corporate Social Responsibility* pada Nilai Perusahaan, serta pengaruh Struktur Kepemilikan dan *Corporate Social Responsibility* pada Nilai Perusahaan. Populasi penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2008-2010. Hasil dari penelitian ini yaitu struktur kepemilikan saham yang

berpengaruh positif dan secara statistik signifikan pada CSR adalah Kepemilikan Institusional dan Kepemilikan Publik. Kepemilikan Manajerial tidak berpengaruh pada luasnya pengungkapan CSR. Struktur kepemilikan saham, baik itu Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, dan Kepemilikan Publik, tidak ada yang berpengaruh signifikan secara statistik terhadap Nilai Perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan secara statistik signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Secara langsung tidak ada struktur kepemilikan yang secara statistik berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan, namun melalui CSR, Kepemilikan Institusional dan Kepemilikan Publik berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa CSR mampu memediasi hubungan antara Kepemilikan Institusional dan Kepemilikan Publik pada Nilai Perusahaan.

Penelitian Agustine (2014) dengan judul “Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan”. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan menggabungkan prosentase kepemilikan manajemen dan profitabilitas sebagai variabel moderating. Penelitian ini juga ingin melihat bagaimana pengaruh kedua variabel moderating dalam menguatkan hubungan antara CSR dan nilai perusahaan. Populasi dalam penelitian ini adalah semua perusahaan terbuka yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2008-2012. Hasil dari penelitian ini yaitu secara serempak CSR, prosentase kepemilikan manajemen, ROA, interaksi antara CSR dan prosentase kepemilikan manajemen, dan interaksi antara CSR dan ROA berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. CSR tidak memberikan

pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, prosentase kepemilikan manajemen berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas (ROA) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, interaksi antara CSR dan prosentase kepemilikan manajemen berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, interaksi antara CSR dan profitabilitas (ROA) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian Pantow, dkk (2015) dengan judul “Analisa Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Return On Asset, dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan yang Tercatat di Indeks LQ 45”. Tujuan Penelitian penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, Return on Asset, dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan. Sampel dari penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang terdaftar dalam indeks LQ45 selama periode 2009-2013, serta perusahaan tersebut selalu menyajikan laporan keuangan setiap periode pengamatan. Hasil dari penelitian ini Pertumbuhan penjualan, Ukuran Perusahaan, ROA, dan Struktur Modal secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Pertumbuhan Penjualan secara parsial berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran Perusahaan secara parsial berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Return on Asset secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Struktur Modal secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian Prasetyorini (2013) dengan judul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price Earning Ratio, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan”.



Bertujuan untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan, leverage, price earning ratio, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI selama periode 2008- 2011. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan, price earning ratio, dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Variabel leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian Prasetya, dkk (2014) yang berjudul “Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, dan Risiko Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Otomotif yang Terdaftar di BEI”. Bertujuan untuk mengetahui pengaruh Struktur modal berdasarkan DER, ukuran perusahaan berdasarkan total asset dan risiko perusahaan berdasarkan beta secara simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan otomotif yang terdaftar di BEI. Hasil dari penelitian ini yaitu struktur modal, ukuran perusahaan dan risiko perusahaan secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap Price Book Value. Hal ini mengindikasikan bahwa manajemen perusahaan dan pihak yang terkait memandang pentingnya melihat bagaimana kondisi struktur modal, ukuran perusahaan, dan risiko perusahaan secara bersamaan dalam mengukur nilai perusahaan.

### **2.3. Pengembangan Hipotesa**

#### **2.3.1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan**

*Corporate social responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan adalah bentuk pertanggungjawaban yang berupa informasi yang disampaikan dalam laporan tahunan perusahaan mengenai tanggung jawab perusahaan atas

kegiatan operasi perusahaan tersebut kepada masyarakat (Permanasari 2010). Dalam teori legitimasi menjelaskan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dilakukan perusahaan untuk memajukan nilai masyarakat dan nilai perusahaan, sehingga semakin tinggi *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan terhadap masyarakat sekitar atau lingkungan, mengakibatkan nama perusahaan di mata masyarakat semakin tinggi sehingga keyakinan investor untuk menanamkan modal kepada perusahaan menjadi semakin besar, hal ini mengakibatkan harga saham di perusahaan mengalami kenaikan, dan pada akhirnya nilai perusahaan menjadi meningkat (Hapsara 2016).

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Adnantara 2013), bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, menurut Agustine (2014) *corporate social responsibility* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan tinjauan pustaka tersebut, dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H<sub>1</sub>: *Corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.**

### **2.3.2. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan**

Ukuran perusahaan merupakan suatu skala dimana besar kecilnya perusahaan dapat diklasifikasikan menurut berbagai cara antara lain dengan total aktiva, *log size*, nilai pasar saham, dan lain-lain (Prasetyorini, 2013). Kemudian, teori signaling menjelaskan bahwa perusahaan yang memiliki nilai tinggi akan memberikan signal ke pasar lebih kuat daripada perusahaan dengan nilai rendah.

Oleh karena itu, ukuran perusahaan merupakan salah satu pertimbangan investor dalam membuat keputusan investasi.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Prasetyorini (2013), bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, menurut Pantow, dkk (2015) membuktikan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan tinjauan pustaka tersebut, dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H<sub>2</sub> : Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.**

### **2.3.3. Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan**

Perusahaan yang tumbuh dengan cepat menikmati keuntungan dan citra positif yang diperoleh. Pertumbuhan perusahaan yang semakin cepat dapat mencerminkan besarnya kebutuhan dana jika perusahaan ingin melakukan perluasan usaha, sehingga memperbesar pula keinginan perusahaan untuk menahan laba (Sari dan Abundanti 2014). Dalam teori signal menjelaskan bahwa pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan operasional perusahaan di periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan dimasa yang akan datang (Pantow, dkk 2015). Sehingga pertumbuhan perusahaan dapat menjadi pertimbangan investor dan masyarakat.

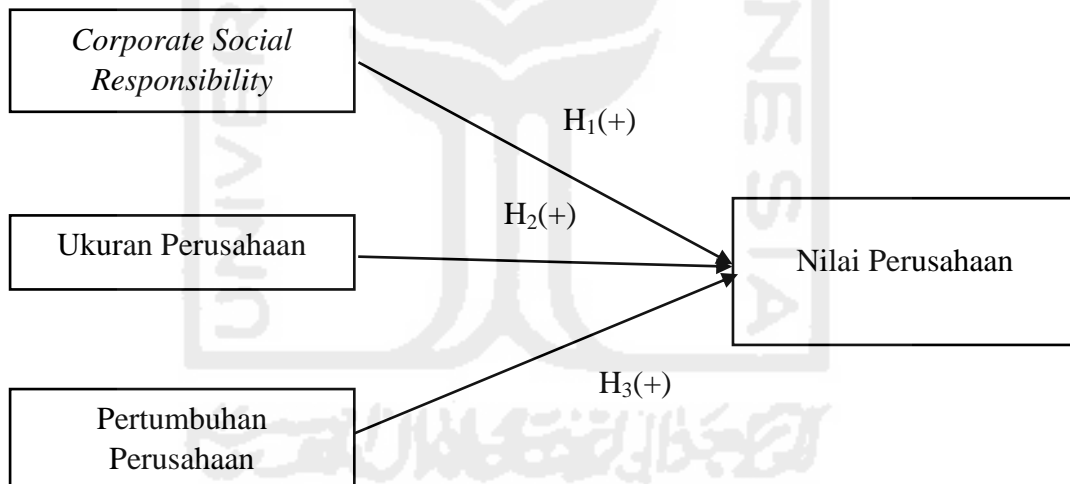
Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Pantow, dkk (2015) dan didukung oleh penelitian Sari dan Abundanti (2014) yang sama-sama menjelaskan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan tinjauan pustaka tersebut, dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H<sub>3</sub>: Pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.**

#### **2.4. Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran perlu dibuat untuk mempermudah dalam memahami arah penelitian yakni pengaruh *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan. Kerangka pemikiran tersebut adalah sebagai berikut:

**Gambar 2.1.**  
**Arah Penelitian**



## BAB III

### METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan seluruh rangkaian penelitian dalam rangka membuktikan hipotesis penelitian diantaranya mengenai populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, hipotesis operasional, variabel penelitian, dan metode analisis data.

Populasi merupakan kumpulan dari keseluruhan pengukuran, objek, atau individu yang sedang diteliti.

#### 3.1 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang berturut-turut terdaftar pada index LQ 45 untuk tahun 2013-2015. Sedangkan sampel dalam penelitian didapatkan dengan menggunakan metode *Non Probability Sampling: Purposive Sampling* atau berdasarkan kriteria-kriteria. Adapun kriteria-kriteria tersebut antara lain:

1. Perusahaan yang berturut-turut terdaftar pada index LQ 45 yang mengungkapkan CSR selama tahun 2013-2015.
2. Perusahaan sampel menggunakan mata uang rupiah selama periode 2013 - 2015.
3. Perusahaan yang selalu mengeluarkan *annual report* (laporan tahunan) secara lengkap pada tahun 2013-2015 secara berturut-turut.

4. Memiliki data yang lengkap terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.

### **3.2.Data dan Sumber Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder yang dibutuhkan adalah informasi keuangan dari laporan keuangan perusahaan selama periode penelitian. Data sekunder untuk penelitian ini dapat diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia yaitu [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Tipe data dalam penelitian ini adalah data panel. Data panel adalah sekumpulan dari beberapa objek observasi dalam rentang waktu tertentu yang dikumpulkan dalam interval waktu secara konsisten seperti data mingguan, bulanan, kuartalan, dan tahunan. Data panel yang digunakan dalam penelitian ini adalah data tahun 2013 – 2015.

### **3.3.Variabel Penelitian**

Penelitian ini menggunakan tiga variabel variabel independen, dan satu variabel dependen. Variabel bebas atau independen dalam penelitian ini antara lain variabel *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan perusahaan, sedangkan nilai perusahaan dijadikan sebagai variabel dependen.

#### **3.3.1. Variabel Independen**

##### **3.3.1.1. *Corporate Social Responsibility***

Pengungkapan CSR adalah pengungkapan informasi yang berkaitan dengan tanggung jawab perusahaan didalam laporan tahunan. Pada pengukuran

variabelnya, pengungkapan CSR dapat diukur dengan menggunakan *check list* kesesuaian item-item yang terdapat di indikator pengungkapan wajib CSR, dimana terdapat sejumlah 78 item pengungkapan sesuai dengan standar GRI (Global Reporting Initiative) tanpa modifikasi yang juga digunakan oleh Sembiring (2005) dalam Adnantara (2013). Item-item yang diungkapkan adalah meliputi indikator: lingkungan sebanyak 13 item, energi 7 item, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja 8 item, lain-lain tenaga kerja 30 item, produk 10 item, keterlibatan masyarakat 9 item, dan umum 2 item.

Rumus perhitungan CSRI adalah sebagai berikut:

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

dimana:

$CSRI_j$  = *Corporate Social Responsibility index* perusahaan j

$X_{ij}$  = Jumlah skor item, 1 = jika item i diungkapkan; 0 = jika item i tidak diungkapkan

$N_j$  = Jumlah item maksimal untuk perusahaan j;  $n_j = 78$

### 3.3.1.2. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan dalam penelitian ini merupakan suatu skala dimana perusahaan dapat diklasifikasikan besar atau kecil menurut berbagai cara antara lain dengan total aktiva, *log size*, nilai pasar saham, dan lain-lain (Prasetyorini, 2013). Metode pengukuran variabel ukuran perusahaan yang digunakan dalam

penelitian ini adalah dengan menggunakan proksi Ln total aset yang ada pada awal periode karena lebih representatif dalam menunjukkan ukuran perusahaan. Ln total aset dipilih karena tentu setiap perusahaan memiliki total aset yang berbeda-beda dan cenderung besar selisihnya, oleh karena itu untuk menghindari data yang tidak normal total aset dibuat logaritma natural. Sehingga, jika digambarkan oleh persamaan adalah sebagai berikut:

$$Size = \text{Log} (\text{total Aset})$$

### 3.3.1.3. Pertumbuhan Perusahaan

Pantow, dkk (2015) mengungkapkan pertumbuhan penjualan perusahaan mencerminkan keberhasilan operasional perusahaan di periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan dimasa yang akan datang. *Growth* dihitung dengan menggunakan presentase pertumbuhan penjualan tahun  $t$  dibanding penjualan tahun  $t-1$ .

$$Growth = \frac{(\text{Sales } t - \text{Sales } t-1)}{\text{Sales } t-1} \times 100\%$$

### 3.3.2. Variabel Dependen

#### 3.3.2.1 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan menurut Brigham dan Gapenski (2006) dalam Hermuningsih (2013), dapat diukur dengan *price to book value* (PBV), yaitu perbandingan antara harga saham per lembar dengan nilai buku per lembar saham. Harga saham per lembar yang digunakan adalah harga penutupan (*closing price*)



dan merupakan harga yang terjadi pada saat saham diperdagangkan di pasar (Fakhrudin & Hadianto, 2001). Harga saham penutupan yang diambil untuk penelitian ini adalah data per tanggal 1 april tahun berikutnya. Jadi, jika dinyatakan dalam persamaan nilai perusahaan sebagai berikut:

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

### 3.4. Teknik Analisis Data

Data dalam penelitian ini diuji secara kuantitatif dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Metode regresi linear berganda digunakan untuk menguji apakah ada pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Namun, sebelum melakukan pengujian hipotesa, penulis melakukan pengujian asumsi klasik regresi berganda terlebih dahulu. Untuk mengetahui apakah variabel independen dengan variabel dependen memiliki pengaruh secara parsial (mandiri) yang signifikan, maka dilakukan uji t (*t test*). Sedangkan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen, maka dilakukan uji f (*f test*).

Selain kedua uji diatas, untuk mengetahui apakah hasil penelitian dapat digeneralisasi, maka penelitian akan melakukan uji asumsi klasik seperti, uji normalitas, uji multikollineritas, uji autokorelasi, uji heteroskadisitas.

#### 3.4.1. Uji Deskriptif

Pengujian deskriptif ini bertujuan untuk menjelaskan nilai minimum, maksimum, mean, dan standar deviasi dari kelima variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Ukuran-ukuran dalam pengolahan data bertujuan untuk

mendapatkan gambaran ringkas dari sekumpulan data, sehingga kita dapat menyimpulkan keadaan data secara mudah.

### **3.4.2. Uji Asumsi Klasik**

Sebelum melakukan pengujian regresi terlebih dahulu dilakukan pengujian asumsi klasik. Gozhali (2011) menyatakan bahwa analisis regresi linear berganda perlu menghindari penyimpangan asumsi klasik supaya tidak timbul masalah dalam penggunaan analisis tersebut.

#### **1. Uji Normalitas Residual**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah distribusi dari model regresi variabel dependen dan variabel independen pada suatu penelitian normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*. Kemudian, hasil nilai uji normalitas dibandingkan dengan alpha. Jika nilai probabilitas  $> 0,05$  maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

#### **2. Uji Autokorelasi**

Uji Autokorelasi bertujuan menguji apakah ada autokorelasi dalam model regresi linear. Autokorelasi timbul karena observasi yang dilakukan secara berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Dalam penelitian ini cara untuk mendeteksi adanya autokorelasi dilakukan dengan uji *Durbin-Watson*.

#### **3. Uji Multikolinieritas**

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah ada korelasi dalam model regresi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel-variabel independen. Multikolonieritas dalam penelitian ini dapat dideteksi dari nilai *tolerance* (TOL) dan lawannya *variant inflation factor* (VIF). Menurut Ghozali (2013: 105), apabila nilai TOL yang didapatkan lebih dari 0,10 dan VIF kurang dari 10, maka tidak terjadi multikolinearitas.

#### 4. Uji Heteroskedastisitas

Dalam uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mendeteksi hal ini akan dilakukan dengan uji *Glejser*, yaitu dengan cara melakukan regresi antara nilai absolut residual dengan semua variabel independen. Dari hasil uji *Glejser* akan terlihat apakah antara variabel independen memiliki hubungan yang signifikan atau tidak. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka tidak terjadi heterokedastisitas, jika  $< 0,05$  maka terjadi heterokedastisitas.

#### 3.4.3. Persamaan Regresi Linear Berganda

Persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$\text{VALUE} = \alpha + \beta_1 \text{CSRI} + \beta_2 \text{SIZE} + \beta_3 \text{GROW} + e$$

Keterangan:

VALUE = Nilai Perusahaan

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_1 - \beta_3$	= Koefisien regresi
e	= Standar error
CSRI	= skor pengungkapan CSR tahun 2013-2015
SIZE	= ukuran perusahaan
GROW	= pertumbuhan perusahaan

### 3.5. Pengujian Hipotesis

Ghozali (2011), terdapat dua jenis alat uji statistik, yaitu statistik parametrik dan statistik non parametrik. Statistik parametrik digunakan jika distribusi data yang digunakan normal, sedangkan data yang bersifat tidak normal menggunakan uji statistik non parametrik. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pengujian statistik parametrik.

Menurut Ghozali (2011), ada beberapa kondisi yang harus dipenuhi agar uji statistik parametrik dapat digunakan, yaitu:

1. Observasi harus independen.
2. Populasi asal observasi harus berdistribusi normal.
3. *Variance* populasi masing-masing grup dalam hal analisis dengan dua grup harus sama.
4. Variabel harus diukur paling tidak dalam skala interval. Jika distribusi data bersifat normal, maka digunakanlah uji statistik parametrik.

Uji regresi merupakan salah satu jenis uji statistik parametrik. Untuk menguji hipotesis yang diajukan peneliti, maka akan dilakukan uji koefisien

determinasi, uji pengaruh simultan (Uji F / *Overall Significance Test*), dan uji pengaruh parsial (Uji t / *Partial Individual Test*).

### **3.5.1. Metode Adjusted R<sup>2</sup> (Koefisien Determinasi)**

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai R<sup>2</sup> yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Sedangkan, nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali 2013:97).

### **3.5.2. Uji T (*Partial Individual Test*)**

Uji T bertujuan untuk menguji apakah ada pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Kemudian, jika hasil nilai signifikansi > 0,05 maka H<sub>0</sub> gagal ditolak. Namun, jika signifikansi < 0,05 maka H<sub>0</sub> ditolak dan hipotesis alternatif yang digunakan.

### **3.5.3. Uji F (*Overall Significance Test*)**

Uji statistik F (*Overall Significance Test*) menunjukkan apakah variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh terhadap variabel dependennya. Kriteria pengambilan keputusannya, yaitu:

1. Bila Probabilitas  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, ini berarti bahwa secara simultan variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Bila probabilitas  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima  $H_1$  ditolak, ini berarti bahwa secara simultan variabel independen tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.



## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Pada bab IV ini, penulis akan melakukan analisis data yang sudah terkumpul dan menjelaskan tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), ukuran perusahaan, dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan.

#### **4.1. HASIL PENGUMPULAN DATA**

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang berturut-turut terdaftar pada indeks LQ45 dengan 3 periode *annual report*. LQ 45 dipilih karena perusahaan yang terdaftar di LQ45 adalah perusahaan yang sering terdengar para investor dan mempunyai harga saham yang cukup tinggi dari saham yang beredar. Adapun kriteria yang digunakan untuk memilih sampel pada penelitian adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan yang berturut-turut terdaftar pada index LQ 45 yang mengungkapkan CSR selama tahun 2013-2015.
2. Perusahaan sampel menggunakan mata uang rupiah selama periode 2013 - 2015.
3. Perusahaan yang selalu mengeluarkan *annual report* (laporan tahunan) secara lengkap pada tahun 2013-2015 secara berturut-turut.
4. Memiliki data yang lengkap terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.

**Tabel 4.1**

**Kriteria Pengambilan Sampel Penelitian**

<b>No</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>
<b>1</b>	Perusahaan yang berturut-turut terdaftar pada index LQ 45 yang mengungkapkan CSR selama tahun 2013-2015.	<b>29</b>
<b>2</b>	Perusahaan sampel menggunakan mata uang selain rupiah selama periode 2013 -2015.	<b>(4)*</b>
<b>3</b>	Perusahaan manufaktur yang tidak mengeluarkan <i>annual report</i> (laporan tahunan) secara lengkap pada tahun 2013-2015 secara berturut-turut.	<b>(0)</b>
	Jumlah Perusahaan Sampel	<b>25</b>

\*nama perusahaan terlampir

#### **4.2. HASIL ANALISIS DATA**

Analisis data menjelaskan bahwa data pada penelitian ini memiliki nilai min, max, mean, median, dan standar deviation dari variabel yang digunakan yaitu nilai perusahaan, *Corporate Social Responsibility* (CSR), ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan. Dimana analisis data ini juga menjelaskan kenormalan data pada uji asumsi klasik.

##### **4.2.1. Hasil Analisis Statistik Deskriptif**

Hasil dari pengujian deskriptif dari variabel Price to Book Value (PBV), *Corporate Social Responsibility* (CSR), ukuran perusahaan, dan pertumbuhan perusahaan dari tahun 2013-2015 disajikan dalam tabel dibawah ini.



**Tabel 4.2**

**Hasil Uji Statistik Deskriptif**

		Statistics			
		CSRI	SIZE	GROW	VALUE
N	Valid	75	75	75	75
	Missing	0	0	0	0
Mean		0.2755	31.4793	0.0939	3.2331
Median		0.29	30.98	0.08	3.01
Std. Deviation		0.0989	1.37366	0.15293	1.91115
Minimum		0.09	29.71	-0.24	0
Maximum		0.44	34.44	0.75	8.9

**Sumber: data diolah SPSS 16, 2017**

Dari hasil uji statistik deskriptif pada tabel di atas didapatkan informasi sebagai berikut:

Variabel nilai perusahaan (*VALUE*) memiliki rentang nilai dari 0,00 hingga 8,90. Nilai terendah dimiliki oleh PT Semen Indonesia Persero Tbk pada tahun 2013, 2014, 2015 dan nilai tertinggi dimiliki oleh PT Kalbe Farma Tbk pada tahun 2014. Rata-rata Nilai Perusahaan adalah 3,2331, artinya rata-rata nilai perusahaan yang diukur dengan *price to book value* pada perusahaan sampel dalam penelitian ini sebesar 3,2331. Nilai standar deviasi sebesar 1,91115 dapat diartikan bahwa tingkat sebaran data nilai perusahaan adalah sebesar 1,91115. Sedangkan median nilai perusahaan adalah sebesar 3,01 yang berarti nilai pemusatan data variabel nilai perusahaan adalah sebesar 3,01.

Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSRI) memiliki nilai dari 0,09 hingga 0,44. Nilai terendah dimiliki oleh PT Global Mediacom TBK pada tahun 2014 dan 2015, sedangkan nilai tertinggi dimiliki oleh PT XL Axiata Tbk tahun

2015. Rata-rata CSR adalah 0,2755, artinya tingkat kemampuan perusahaan dalam melaksanakan tanggung jawab sosial mereka adalah sebesar 0,2755. Nilai standar deviasi sebesar 0,09890 dapat diartikan bahwa tingkat sebaran data CSR adalah sebesar 0,09890. Sedangkan median CSR adalah sebesar 0,29 yang berarti nilai pemusatan data variabel CSR adalah sebesar 0,29.

Variabel ukuran perusahaan (*SIZE*) memiliki nilai dari 29,71 hingga 34,44. Nilai terendah dimiliki oleh PT Semen Indonesia Tbk pada tahun 2013 dan nilai tertinggi dimiliki oleh PT Charoen Phokphan Indonesia Tbk tahun 2013. Nilai rata rata ukuran perusahaan (*size*) menunjukkan nilai 31,4793, artinya rata-rata ukuran perusahaan yang dihitung berdasarkan total aset adalah sebesar 31,4793. Nilai standar deviasi sebesar 1,37366 dapat diartikan bahwa tingkat sebaran data ukuran perusahaan adalah sebesar 1,37366. Sedangkan median ukuran perusahaan adalah sebesar 30,98 yang berarti nilai pemusatan data variabel ukuran perusahaan adalah sebesar 30,98.

Variabel pertumbuhan perusahaan (*GROW*) memiliki nilai dari -0,24 hingga 0,75. Nilai terendah dimiliki oleh PT Lippo Karawaci Tbk pada tahun 2015, sedangkan nilai tertinggi dimiliki oleh PT Telekomunikasi Indonesia Tbk pada tahun 2015. Nilai rata rata pertumbuhan perusahaan (*GROW*) menunjukkan nilai 0,0939, artinya rata-rata pertumbuhan perusahaan yang dihitung berdasarkan penjualan yang dapat dihasilkan oleh perusahaan adalah sebesar 0,0939. Nilai standar deviasi sebesar 0,15293 dapat diartikan bahwa tingkat sebaran data pertumbuhan perusahaan adalah sebesar 0,15293. Sedangkan median

pertumbuhan perusahaan adalah sebesar 0,08 yang berarti nilai pemusatan data variabel pertumbuhan perusahaan adalah sebesar 0,08.

#### **4.2.2. Hasil Uji Asumsi Klasik**

Pengujian asumsi klasik ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji kelayakan atas model regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Pengujian ini juga dimaksudkan untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan tidak terdapat multikolinieritas dan heteroskedastisitas serta untuk memastikan bahwa data yang dihasilkan berdistribusi normal (Ghozali, 2015).

##### **4.2.2.1. Hasil Uji Normalitas**

Uji yang dilakukan pertama kali sebelum menguji hipotesis adalah uji normalitas data dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* (1-Sample K-S). Hal tersebut dilakukan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Dasar untuk menentukan pada uji *Kolmogorov-Smirnov* (1-Sample K-S) adalah apabila nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari 0,05, maka data residual terdistribusi normal. Hasil uji normalitas pada tabel 4.3 terlihat bahwa nilai *Kolmogorov-Smirnov* 0,899 dan *Asymp. Sig (2-tailed)* 0,395 hal ini berarti data residual terdistribusi normal.

**Tabel 4.3**

**Hasil Uji Normlaitas Data dengan Uji Statistik Kolmogorov-Smirnov**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		75
	Mean	0
Normal Parameters <sup>a</sup>	Std. Deviation	1.47305347
	Absolute	0.104
Most Extreme Differences	Positive	0.104
	Negative	-0.076
Kolmogorov-Smirnov Z		0.899
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.395

a. Test distribution is Normal.

**Sumber: data diolah SPSS 16, 2017**

**4.2.2.2. Hasil Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (Ghozali, 2011). Dalam penelitian ini ada atau tidaknya autokorelasi dideteksi menggunakan Uji Durbin-Watson (*DW test*). Uji autokorelasi dapat dilihat pada tabel 4.5 di bawah ini:

**Tabel 4.4**

**Hasil Uji Autokorelasi dengan Uji Statistik Durbin-Watson**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.637 <sup>a</sup>	0.406	0.381	1.50385	2.209

a. Predictors: (Constant), GROW, CSRI, SIZE

b. Dependent Variable: VALUE

**Sumber: data diolah SPSS 16, 2017**

Dari hasil pada tabel 4.4 di atas, dihasilkan Durbin Watson sebesar 2,209. Nilai ini akan dibandingkan dengan DW tabel dengan jumlah sampel 75 jumlah variabel bebas 3 dan tingkat kepercayaan 5% di dapat nilai batas bawah (dl) = 1,5432 dan batas atas (du) = 1,7092. Oleh karena nilai DW 2,209 berada di antara batas atas (du) = 1,7092 dan  $(4-du) = 2,2908$ , maka dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi.

#### 4.2.2.3. Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau independen, untuk menguji adanya multikolinearitas dapat dilakukan dengan menganalisis korelasi antar variabel dan perhitungan nilai tolerance dan *varian inflation factor* (VIF). Apabila nilai VIF <10 maka data terbebas dari multikolinearitas, sedangkan hasil dari olahan data tabel 4.5 Dimana *Corporate Social Responsibility* (CSR), ukuran perusahaan, dan pertumbuhan perusahaan memiliki nilai lebih kecil dari 10, dapat disimpulkan data terbebas dari multikolinearitas.

**Tabel 4.5**

#### Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
CSRI	0,962	1,039	Tidak terjadi Multikolinearitas
SIZE	0,936	1,068	Tidak terjadi Multikolinearitas
GROW	0,944	1,059	Tidak terjadi Multikolinearitas

**Sumber: data diolah SPSS 16, 2017**

#### 4.2.2.4. Hasil uji Heterokedastisitas

Dari hasil uji heterokedastisitas diperoleh nilai signifikansi ketiga variabel independen lebih dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Heterokedastisitas**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	0.00	4.083			0.00	1.00
1 CSRI	0.00	1.802	0.00		0.00	1.00
SIZE	0.00	0.132	0.00		0.00	1.00
GROW	0.00	1.177	0.00		0.00	1.00

a. Dependent Variable: Unstandardized Residual

**Sumber: data diolah SPSS 16, 2017**

#### 4.2.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Model Regresi berganda dimasukkan dalam uji penelitian untuk menguji pengaruh ketiga variabel independen yaitu CSR, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan perusahaan terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan. Hasil analisis regresi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.7 .

**Tabel 4.7**  
**Hasil Analisis Regresi Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Keterangan
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	-15.577	4.083		-3.815	0.000	
CSRI	4.252	1.802	0.220	2.360	0.021	H1 didukung
SIZE	0.548	0.132	0.394	4.170	0.000	H2 didukung
GROW	3.975	1.177	0.318	3.378	0.001	H3 didukung

a. Dependent Variable: VALUE

Sumber: data diolah SPSS 16, 2017

Berdasarkan hasil analisis regresi maka diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$\text{VALUE} = -15,577 + 4,252\text{CSRI} + 0,548\text{SIZE} + 3,975 \text{ GROW}$$

Analisis ini menguji variabel independen ke dependen, analisis regresi linier berganda dibantu menggunakan software SPSS 16. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh antara Corporate Social Responsibility (CSR), Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap nilai perusahaan yang secara berturut-turut terdaftar di Indeks LQ45 pada tahun 2013-2015 dengan annual report selama 3 periode 2013-2015.

Dari hasil model persamaan regresi diatas, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar -15,577 yang berarti bahwa jika variabel bebas terdiri dari CSRI, SIZE, DAN GROW bernilai nol maka nilai perusahaan akan turun sebesar -15,577. Hal ini disebabkan karena ketika perusahaan tidak mengungkapkan CSR, perusahaan tidak

memiliki kekayaan, dan tidak mengalami pertumbuhan, maka investor akan merespon negatif terhadap saham perusahaan tersebut sehingga nilai perusahaan akan diestimasikan negatif.

2. Nilai koefisien regresi variabel CSR adalah sebesar 4,252. Hasil ini dapat diartikan bahwa apabila variabel CSR naik satu satuan, maka nilai perusahaan akan meningkat sebesar 4,252 dengan asumsi semua variabel independen lain konstan.
3. Nilai koefisien regresi variabel ukuran perusahaan sebesar 0,548. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa apabila ukuran perusahaan bertambah satu satuan, maka nilai perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar 0,548 satuan dengan asumsi semua variabel independen lain konstan.
4. Nilai koefisien regresi variabel pertumbuhan perusahaan sebesar 3,975. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa apabila pertumbuhan perusahaan bertambah satu satuan, maka nilai perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar 3,975 satuan dengan asumsi semua variabel independen lain konstan.

#### **4.2.4. Analisis Koefisien Determinasi**

Hasil analisis koefisien determinasi berganda dapat dilihat pada tabel 4.8 di bawah ini:



**Tabel 4.8**

**Hasil Koefisien Determinasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.637 <sup>a</sup>	0.406	0.381	1.50385

a. Predictors: (Constant), GROW, CSRI, SIZE

b. Dependent Variable: VALUE

**Sumber: data diolah SPSS 16, 2017**

Hasil analisis koefisien determinasi, dihasilkan nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,381. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa besarnya variasi variabel independen dalam mempengaruhi model persamaan regresi adalah sebesar 38,1% dan sisanya sebesar 61,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi.

**4.2.5. Analisis Uji F (*Overall Significance Test*)**

Hasil Uji F adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.9**

**Hasil Uji F**

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	109.713	3	36.571	16.171	.000 <sup>a</sup>
Residual	160.572	71	2.262		
Total	270.285	74			

a. Predictors: (Constant), GROW, CSRI, SIZE

b. Dependent Variable: VALUE

**Sumber: data diolah SPSS 16, 2017**

Dari hasil uji F diatas, dihasilkan nilai F hitung sebesar 16,171 dengan nilai signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi yang dihasilkan  $< 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa model yang digunakan telah layak untuk pengujian hipotesis atau model penelitian telah mempunyai tingkat kesesuaian yang baik.

#### 4.2.6. Analisis Uji T (*Partial Individua Test*)

Hasil Uji T sebagaimana tampak dalam tabel 4.7 adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.10**

**Hasil Uji T**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
CSRI	4.252	1.802	0.22	2.36	0.021
SIZE	0.548	0.132	0.394	4.17	0
GROW	3.975	1.177	0.318	3.378	0.001

a. Dependent Variable: VALUE

**Sumber: data diolah SPSS 16, 2017**

Dari hasil uji T diatas, dihasilkan nilai signifikansi 0,021, karena nilai signifikansi yang dihasilkan  $< 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa H1 didukung. Untuk uji T yang kedua dengan nilai signifikansi 0,000, karena nilai signifikansi yang dihasilkan  $< 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa H2 didukung. Sedangkan untuk uji T yang ketiga dengan nilai signifikansi 0,001, karena nilai signifikansi  $< 0,05$  maka dapat disimpulkan H3 didukung.

### **1. Pengujian Hipotesis Pertama**

Pengujian terhadap hipotesis ini dilakukan melalui pengujian signifikansi koefisien regresi dari variabel CSR. Hipotesis pertama penelitian ini menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Besarnya koefisien regresi CSR yaitu 4,252 dan nilai signifikansi sebesar 0,021. Pada tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$ ; maka koefisien regresi tersebut signifikan karena signifikansi  $0,021 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan sehingga hipotesis pertama penelitian ini terbukti.

### **2. Pengujian Hipotesis Kedua**

Pengujian terhadap hipotesis ini dilakukan melalui pengujian signifikansi koefisien regresi dari variabel ukuran perusahaan. Hipotesis kedua penelitian ini menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif pada nilai perusahaan. Besarnya koefisien regresi ukuran perusahaan yaitu 0,548 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Pada tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$ ; maka koefisien regresi tersebut signifikan karena signifikansi  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan pada nilai perusahaan sehingga hipotesis kedua penelitian ini terbukti.

### **3. Pengujian Hipotesis Ketiga**

Pengujian terhadap hipotesis ini dilakukan melalui pengujian signifikansi koefisien regresi dari variabel pertumbuhan perusahaan.

Hipotesis ketiga penelitian ini menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif pada nilai perusahaan. Besarnya koefisien regresi pertumbuhan perusahaan yaitu 3,975 dan nilai signifikansi sebesar 0,001. Pada tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$ ; maka koefisien regresi tersebut signifikan karena signifikansi  $0,001 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan pada nilai perusahaan sehingga hipotesis ketiga penelitian ini terbukti.

### **4.3. PEMBAHASAN**

#### **4.3.1. Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa besar kecilnya praktik CSR mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan dengan adanya pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan maka akan direspon positif oleh investor sehingga banyak investor yang berinvestasi pada perusahaan tersebut yang akan menyebabkan meningkatnya nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa dengan tingginya tingkat pengungkapan tanggungjawab sosial (CSR) juga akan meningkatkan loyalitas pelanggan, sehingga penjualan perusahaan juga akan bertambah, dan akan meningkatkan nilai perusahaan. Semakin luas pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunan ternyata memberikan pengaruh terhadap volume perdagangan saham perusahaan dimana terjadi lonjakan

perdagangan pada seputar publikasi laporan tahunan sehingga meningkatkan nilai perusahaan.

Hasil ini sesuai dengan penelitian Adnantara (2013) yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, dimana hasil penelitian tersebut mengidentifikasi dengan adanya pengungkapan CSR oleh perusahaan, maka investor akan memberikan respon yang positif sehingga banyak investor yang berinvestasi pada perusahaan tersebut dan menyebabkan meningkatnya nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Agustine (2014) yang menyatakan bahwa variabel CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini diakibatkan karena kualitas pengungkapan CSR pada perusahaan yang terdaftar di BEI untuk tahun penelitian tersebut sangat rendah dan belum mengikuti standar. Dengan demikian kualitas pengungkapan CSR di dalam perusahaan menjadi faktor yang menyebabkan praktik CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

#### **4.3.2. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar menunjukkan bahwa perusahaan mengalami pertumbuhan yang baik. Perusahaan dengan pertumbuhan yang besar akan memperoleh kemudahan untuk memasuki pasar modal karena investor menangkap sinyal yang positif terhadap perusahaan yang memiliki pertumbuhan besar sehingga respon yang positif tersebut

mencerminkan meningkatnya nilai perusahaan (Prasetyorini 2013). Perusahaan yang terdaftar pada indeks LQ 45 merupakan perusahaan perusahaan besar yang cenderung memiliki pangsa pasar yang besar sehingga perusahaan menjadi lebih stabil. Hal ini akan dinilai positif oleh investor karena dapat memberikan tingkat pengembalian yang lebih stabil sehingga nilai perusahaan menjadi meningkat.

Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian Pantow, dkk (2015) yang menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Namun demikian hasil penelitian ini mendukung penelitian Prasetyorini (2013) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

#### **4.3.3. Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Pertumbuhan penjualan perusahaan merupakan salah satu bukti bahwa suatu perusahaan benar-benar bertumbuh. Pertumbuhan penjualan digunakan oleh banyak pihak baik pemilik perusahaan, investor, kreditor, maupun pihak lain untuk melihat prospek suatu perusahaan. Dengan melihat data penjualan dimasa lalu, perusahaan dapat mengoptimalkan sumber daya yang ada untuk mengembangkan nilai perusahaan yang ada. Para investorpun bisa menggunakan data pertumbuhan penjualan untuk memproyeksikan keuntungan yang akan diraup perusahaan tersebut dimasa depan. Bagi para kreditor, memantau pertumbuhan penjualan dilakukan sebagai

salah satu bukti dari aktivitas pemanfaatan sumber daya yang dilakukan oleh perusahaan (Pantow, dkk 2015).

Hasil penelitian ini telah menjawab saran dari penelitian (Prasetia, dkk 2014) yang menyarankan peneliti selanjutnya untuk menggunakan pertumbuhan perusahaan sebagai variabel penelitian. Hasil penelitian ini juga selaras dengan penelitian (Pantow, dkk 2015) dan (Sari dan Abundanti 2014) yang sama sama menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.



## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 KESIMPULAN**

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi CSR akan meningkatkan nilai perusahaan.
2. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi ukuran perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan.
3. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi pertumbuhan perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan.

#### **5.2 KETERBATASAN PENELITIAN**

Dalam penelitian ini terdapat keterbatasan yang kemungkinan dapat mempengaruhi hasil penelitian, yaitu:

1. Penelitian ini hanya menggunakan periode penelitian selama tiga tahun.
2. Dari hasil analisis koefisien determinasi dapat disimpulkan bahwa variabel independen dan satu variabel moderasi dalam penelitian ini hanya bisa menjelaskan variabel dependen sebesar 38,1%. Hasil



ini mengindikasikan bahwa variabel independen tersebut belum dapat sepenuhnya mempengaruhi nilai perusahaan.

### 5.3 SARAN

Dengan memperhatikan beberapa keterbatasan penelitian yang telah disampaikan, maka dapat diberikan saran-saran untuk penelitian selanjutnya, yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya diharapkan menambah populasi dan periode penelitian sehingga mendapatkan jumlah perusahaan sampel yang lebih banyak.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan menambah beberapa variabel independen yang lain seperti *leverage*, laba operasi, laba ditahan, aliran kas operasi, aktivitas perusahaan, keputusan investasi, *market value ratio* atau variabel moderating seperti GCG.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adnantara, Komang Fridagustina. 2013. "Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham dan *Corporate Social Responsibility* pada Nilai Perusahaan." *Jurnal Buletin Studi Ekonomi* 18 (2): 107–13.
- Agustine, Ira. 2014. "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan." *FINESTA* 2 (1): 42–47.
- Brigham, E.F, and J.F Huston. 2006. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Edisi Kese. Jakarta: Salemba Empat.
- Fakhrudin, and S Hardianto. 2001. *Perangkat Dan Model Analisis Investasi Di Pasar Modal*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Gemil, Dede Cendra. 2016. "Pengaruh Family Control, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan." Skripsi. Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia.
- Gozhali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hapsara, Surya Niti. 2016. "Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan, *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan." Skripsi. Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia.
- Hardiyanti, Nia. 2012. "Analisis Pengaruh Insider Ownership, Leverage, Profitabilitas, Firm size Dan Dividen Payout Ratio Terhadap Nilai Perusahaan." Skripsi. Universitas Diponegoro Semarang.
- Harmono. 2009. *Manajemen Keuangan Berbasis Balanced Scorecard: Pendekatan Teori, Kasus, Dan Riset Bisnis*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Hermuningsih, Sri. 2013. "Pengaruh Profitabilitas, *Growth Opportunity*, Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan". *Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan*: 127-148.
- Pantow, Mawar Sharon, Sri Murni, and Irvan Trang. 2015. "Analisa Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Return On Asset, Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Yang Tercatat Di Indeks LQ 45." *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Akuntansi* 3 (1): 961–71.
- Permanasari, Wien Ika. 2010. "Pengaruh Kepemilikan Manajemen, Kepemilikan Institusional, dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan." Skripsi. Universitas Diponegoro
- Prasetya, Ta'dir Eko, Parengkuan Tommy, and Ivone Saerang. 2014. "Struktur Modal, Ukuran Perusahaan dan Risiko Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Otomotif yang Terdaftar di BEI." *EMBA* 2 (2): 879–89.
- Prasetyorini, Bhekti Fitri. 2013 "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price earning Ratio dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan." *Ilmu Manajemen* 1.
- Sari, Putu Indah Purnama, and Nyoman Abundanti. 2014. "Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan dan Leverage terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 2: 1427–41.



## Lampiran 1.

### Daftar Nama Perusahaan Sampel

<b>NO</b>	<b>NAMA PERUSAHAAN</b>	<b>KODE</b>
1	Astra Agro Lestari Tbk	AALI
2	AKR Corporindo Tbk	AKRA
3	Astra International Tbk	ASII
4	Alam Sutera Realty	ASRI
5	Bank Cantral Asia (Persero) Tbk	BBCA
6	Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk	BBNI
7	Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk	BBRI
8	Bank Mandiri (Persero) Tbk	BMRI
9	Global Mediacom Tbk	BMTR
10	Bumi Serpong Damai Tbk	BSDE
11	Charoen Pokphan Indonesia Tbk	CPIN
12	XL Axiata Tbk	EXCL
13	Indofoof CBP Sukses Makmur Tbk	ICBP
14	Indofoof Sukses Makmur Tbk	INDF
15	Indocement Tunggul Prakasa Tbk	INTP
16	Jasa Marga (Persero) Tbk	JSMR
17	Kalbe Farma Tbk	KLBF
18	Lippo Karawaci	LPKR
19	London Sumatera Plantation Tbk	LSIP
20	Media Nusantara Citra Tbk	MNCN
21	Tambang Batubara Bukit Asam (Persero) Tbk	PTBA
22	Semen Indonesia (Persero) Tbk	SMGR
23	Telekomunikasi Indonesia Tbk	TLKM
24	United Tractors Tbk	UNTR
25	Unilever Indonesia Tbk	UNVR

**Lampiran 2.**

**Daftar Nama Perusahaan yang Menggunakan Mata Uang Selain Rupiah**

<b>No</b>	<b>Nama Perusahaan</b>	<b>KODE</b>
1	Adaro Energy Tbk	ADRO
2	Perusahaan Gas Negara	PGAS
3	Harum Energy Tbk	HRUM
4	Indo Tambangraya Megah Tbk	ITMG



**Lampiran 3.****Daftar Hasil Perhitungan Data**

<b>No</b>	<b>KODE</b>	<b>Tahun</b>	<b>CSRI</b>	<b>SIZE</b>	<b>GROW</b>	<b>VALUE</b>
1	AALI	2013	0.42	30.34	0.10	4.30
2	AKRA	2013	0.24	30.31	0.03	3.45
3	ASII	2013	0.35	33.00	0.29	6.50
4	ASRI	2013	0.24	31.73	-0.02	1.95
5	BBCA	2013	0.31	33.84	0.09	4.24
6	BBNI	2013	0.19	31.68	0.27	4.88
7	BBRI	2013	0.13	34.07	0.20	3.08
8	BMRI	2013	0.14	34.23	0.18	2.58
9	BMTR	2013	0.10	30.68	0.12	2.49
10	BSDE	2013	0.28	30.67	0.06	2.03
11	CPIN	2013	0.40	34.44	0.20	6.21
12	EXCL	2013	0.29	31.33	0.01	2.85
13	ICBP	2013	0.37	30.69	0.13	4.43
14	INDF	2013	0.31	30.75	0.15	1.61
15	INTP	2013	0.17	30.91	0.08	3.52
16	JSMR	2013	0.40	30.98	0.04	3.86
17	KLBF	2013	0.41	33.13	0.14	8.52
18	LPKR	2013	0.19	31.07	0.08	1.74
19	LSIP	2013	0.22	31.06	-0.02	2.53
20	MNCN	2013	0.10	34.38	0.07	4.89
21	PTBA	2013	0.28	30.09	0.54	3.01
22	SMGR	2013	0.17	29.71	-0.01	0.00
23	TLKM	2013	0.37	32.48	0.08	2.95
24	UNTR	2013	0.28	30.91	0.03	2.08
25	UNVR	2013	0.40	34.41	0.20	7.45
26	AALI	2014	0.32	30.55	0.01	3.19
27	AKRA	2014	0.10	30.33	-0.09	0.35
28	ASII	2014	0.31	33.09	0.04	2.62
29	ASRI	2014	0.22	31.26	-0.09	1.80
30	BBCA	2014	0.32	33.95	0.14	4.69
31	BBNI	2014	0.29	30.25	0.26	2.22
32	BBRI	2014	0.27	34.32	0.25	3.28

33	BMRI	2014	0.19	33.86	0.25	2.73
34	BMTR	2014	0.09	30.46	0.06	5.57
35	BSDE	2014	0.27	30.39	0.19	5.14
36	CPIN	2014	0.17	32.08	0.14	5.15
37	EXCL	2014	0.35	31.79	0.10	2.65
38	ICBP	2014	0.42	33.59	0.16	5.58
39	INDF	2014	0.35	30.30	0.10	1.57
40	INTP	2014	0.28	30.99	0.07	3.26
41	JSMR	2014	0.42	31.09	0.51	4.21
42	KLBF	2014	0.33	31.71	0.16	8.90
43	LPKR	2014	0.17	31.22	0.03	1.79
44	LSIP	2014	0.28	30.86	0.14	1.62
45	MNCN	2014	0.37	30.24	0.04	4.27
46	PTBA	2014	0.32	30.33	0.13	2.84
47	SMGR	2014	0.10	29.81	-0.03	0.00
48	TLKM	2014	0.36	32.58	0.08	3.32
49	UNTR	2014	0.35	30.85	0.04	2.13
50	UNVR	2014	0.32	32.74	0.14	7.09
51	AALI	2015	0.32	30.70	0.17	4.44
52	AKRA	2015	0.35	30.35	-0.12	0.37
53	ASII	2015	0.28	30.06	0.00	2.34
54	ASRI	2015	0.23	30.56	-0.23	1.12
55	BBCA	2015	0.17	30.39	0.08	3.66
56	BBNI	2015	0.29	29.89	0.11	1.21
57	BBRI	2015	0.31	30.22	0.12	4.42
58	BMRI	2015	0.33	31.99	0.14	1.97
59	BMTR	2015	0.09	30.91	-0.01	1.15
60	BSDE	2015	0.29	30.46	0.11	1.58
61	CPIN	2015	0.17	30.84	0.03	4.58
62	EXCL	2015	0.44	30.15	0.10	2.39
63	ICBP	2015	0.42	32.15	0.06	5.45
64	INDF	2015	0.40	31.27	0.01	1.47
65	INTP	2015	0.33	30.95	-0.11	3.05
66	JSMR	2015	0.35	31.23	0.15	3.04
67	KLBF	2015	0.33	33.66	0.03	4.21
68	LPKR	2015	0.17	31.35	-0.24	1.26



69	LSIP	2015	0.28	30.97	-0.11	1.67
70	MNCN	2015	0.10	30.30	0.07	3.14
71	PTBA	2015	0.36	31.17	0.05	1.54
72	SMGR	2015	0.10	29.79	-0.20	0.00
73	TLKM	2015	0.14	30.29	0.75	3.61
74	UNTR	2015	0.36	31.75	-0.07	1.45
75	UNVR	2015	0.32	34.02	0.28	6.24



**Lampiran 4.**

**Item Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

<b>No</b>	<b>Checklist Item Pengungkapan Informasi CSR</b>
	<b>LINGKUNGAN</b>
1	Pengendalian polusi kegiatan operasi, pengeluaran riset dan pengembangan untuk pengurangan polusi
2	Pernyataan yang menunjukkan bahwa operasi perusahaan tidak mengakibatkan polusi atau memenuhi ketentuan hukum dan peraturan polusi
3	Pernyataan yang menunjukkan bahwa polusi operasi telah atau akan dikurangi
4	Pencegahan atau perbaikan kerusakan lingkungan akibat pengolahan sumber alam, misalnya reklamasi daratan atau reboisasi
5	Konservasi sumber alam, misalnya mendaur ulang kaca, besi, minyak, air dan kertas
6	Penggunaan material daur ulang
7	Menerima penghargaan berkaitan dengan program-program lingkungan yang dibuat perusahaan
8	Merancang fasilitas yang harmonis dengan lingkungan
9	Kontribusi dalam seni yang bertujuan untuk memperindah lingkungan
10	Kontribusi dalam pemugaran bangunan sejarah
11	Pengolahan limbah
12	Mempelajari dampak lingkungan untuk memonitor dampak lingkungan perusahaan
13	Perlindungan lingkungan hidup
	<b>ENERGI</b>
14	Menggunakan energi secara lebih efisien dalam kegiatan operasi
15	Memanfaatkan barang bekas untuk memproduksi energi

16	Penghematan energi sebagai hasil produk daur ulang
17	Membahas upaya perusahaan dalam mengurangi konsumsi energi
18	Peningkatan efisiensi energi dari produksi
19	Riset yang mengarah pada peningkatan efisiensi energi dari produk
20	Kebijakan energi perusahaan
	<b>KESEHATAN DAN KESELAMATAN TENAGA KERJA</b>
21	Mengurang polusi, iritasi, atau resiko dalam lingkungan kerja
22	Mempromosikan keselamatan tenaga kerja dan kesehatan fisik atau mental
23	Statistik kecelakaan kerja
24	Mentaati peraturan standar kesehatan dan keselamatan kerja
25	Menerima penghargaan berkaitan dengan keselamatan kerja
26	Menetapkan suatu komite keselamatan kerja
27	Melaksanakan riset untuk meningkatkan keselamatan kerja
28	Pelayanan kesehatan tenaga kerja
	<b>LAIN-LAIN TENAGA KERJA</b>
29	Perekrutan atau memanfaatkan tenaga kerja wanita / orang cacat
30	Persentase / jumlah tenaga kerja wanita / orang cacat dalam tingkat managerial
31	Tujuan penggunaan tenaga kerja wanita / orang cacat dalam pekerjaan
32	Program untuk kemajuan tenaga kerja wanita / orang cacat
33	Pelatihan tenaga kerja melalui program tertentu di tempat kerja
34	Memberi bantuan keuangan pada tenaga kerja dalam bidang pendidikan
35	Mendirikan suatu pusat pelatihan tenaga kerja
36	Bantuan atau bimbingan untuk tenaga kerja yang dalam proses mengundurkan diri atau yang telah membuat kesalahan

37	Perencanaan kepemilikan rumah karyawan
38	Fasilitas untuk aktivitas rekreasi
39	Persentase gaji untuk pensiun
40	Kebijakan penggajian dalam perusahaan
41	Jumlah tenaga kerja dalam perusahaan
42	Tingkatan managerial yang ada
43	Disposisi staff-dimana staff ditempatkan
44	Jumlah staff, masa kerja dan kelompok usia mereka
45	Statistik tenaga kerja, misal: penjualan per tenaga kerja
46	Kualifikasi tenaga kerja yang direkrut
47	Rencana kepemilikan saham oleh tenaga kerja
48	Rencana pembagian keuntungan lain
49	Informasi hubungan manajemen dengan tenaga kerja dalam meningkatkan kepuasan dan motivasi kerja
50	Informasi stabilitas pekerjaan tenaga kerja dan masa depan perusahaan
51	Laporan tenaga kerja yang terpisah
52	Hubungan perusahaan dengan serikat buruh
53	Gangguan dan aksi tenaga kerja
54	Informasi bagaimana aksi tenaga kerja dinegosiasikan
55	Kondisi kerja secara umum
56	Re-organisasi perusahaan yang mempengaruhi tenaga kerja
57	Statistik perusahaan tenaga kerja
	<b>PRODUK</b>
58	Pengembangan produk perusahaan, termasuk pengemasannya
59	Gambaran pengeluaran riset dan pengembangan produk

60	Informasi proyek riset perusahaan untuk memperbaiki produk
61	Produk memenuhi standar keselamatan
62	Membuat produk lebih aman untuk konsumen
63	Melaksanakan riset atas tingkat keselamatan produk perusahaan
64	Peningkatan kebersihan / kesehatan dalam pengelolaan dan penyiapan produk
65	Informasi atas keselamatan produk perusahaan
66	Informasi mutu produk yang dicerminkan dalam penerimaan penghargaan
67	Informasi yang dapat diverifikasi bahwa mutu produk telah meningkat (misalnya ISO 9000)
	<b>KETERLIBATAN MASYARAKAT</b>
68	Sumbangan tunai, produk, pelayanan untuk mendukung aktivitas masyarakat, pendidikan dan seni
69	Tenaga kerja paruh waktu dari mahasiswa / pelajar
70	Sebagai sponsor untuk proyek kesehatan masyarakat
71	Membantu riset medis
72	Sponsor untuk konferensi pendidikan, seminar atau pameran seni
73	Membiayai program beasiswa
74	Membuka fasilitas perusahaan untuk masyarakat
75	Sponsor kampanye nasional
76	Mendukung pengembangan industri lokal
	<b>UMUM</b>
77	Tujuan / kebijakan perusahaan secara umum berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat
78	Informasi berhubungan dengan tanggung jawab sosial perusahaan selain yang disebutkan di atas

**Lampiran 5.**

**Hasil Perhitungan CSRI Tahun 2013**

No	Kode	Ling	Enrgi	KK TN	LL TN	Produk	Masyrkt	Umum	Total	Indeks CSR
1	AALI	11	6	6	1	1	6	2	33	0,42
2	AKRA	5	0	1	2	5	4	2	19	0,24
3	ASII	9	4	3	0	3	6	2	27	0,35
4	ASRI	5	2	3	1	2	4	2	19	0,24
5	BBCA	4	2	3	6	0	7	2	24	0,31
6	BBNI	2	0	1	2	2	6	2	15	0,19
7	BBRI	5	0	3	0	0	0	2	10	0,13
8	BMRI	2	0	0	1	0	6	2	11	0,14
9	BMTR	2	0	0	0	0	4	2	8	0,10
10	BSDE	7	0	4	1	2	6	2	22	0,28
11	CPIN	1	1	3	0	3	3	2	13	0,40
12	EXCL	1	3	0	7	3	7	2	23	0,29
13	ICBP	7	0	5	1	6	8	2	29	0,37
14	INDF	7	0	4	4	0	7	2	24	0,31
15	INTP	4	0	0	1	0	6	2	13	0,17
16	JSMR	4	5	5	4	2	3	2	25	0,40
17	KLBF	8	4	3	4	7	4	2	32	0,41
18	LPKR	6	0	0	0	0	7	2	15	0,19
19	LSIP	3	0	4	2	0	6	2	17	0,22
20	MNCN	1	0	0	0	0	5	2	8	0,10
21	PTBA	8	0	6	1	3	2	2	22	0,28
22	SMGR	5	1	5	2	5	7	2	27	0,17
23	TLKM	8	3	2	7	1	6	2	29	0,37
24	UNTR	7	3	3	1	3	4	1	22	0,28
25	UNVR	2	0	0	0	0	4	2	8	0,40

**Lampiran 6.****Hasil Perhitungan CSRI Tahun 2014**

No	Kode	Ling	Enrgi	KK TN	LL TN	Produk	Masyrkt	Umum	Total	Indeks CSR
1	AALI	7	3	6	1	2	4	2	25	0,32
2	AKRA	1	0	2	0	0	3	2	8	0,10
3	ASII	6	2	4	2	6	4	0	24	0,31
4	ASRI	5	0	2	1	4	3	2	17	0,22
5	BBCA	5	2	3	6	0	7	2	25	0,32
6	BBNI	3	0	4	3	5	6	2	23	0,29
7	BBRI	7	2	4	2	0	4	2	21	0,27
8	BMRI	1	0	0	0	6	6	2	15	0,19
9	BMTR	0	0	0	0	0	5	2	7	0,09
10	BSDE	4	3	3	0	3	6	2	21	0,27
11	CPIN	1	2	2	0	3	3	2	13	0,17
12	EXCL	4	3	2	7	3	8	2	29	0,37
13	ICBP	8	3	5	1	6	8	2	33	0,42
14	INDF	8	0	4	4	1	8	2	27	0,35
15	INTP	8	3	0	0	5	4	2	22	0,28
16	JSMR	6	2	5	8	5	3	2	31	0,40
17	KLBF	6	3	2	4	5	4	2	26	0,33
18	LPKR	5	0	0	0	0	6	2	13	0,17
19	LSIP	4	0	5	2	3	6	2	22	0,28
20	MNCN	0	0	0	0	0	6	2	8	0,10
21	PTBA	8	0	6	4	3	2	2	25	0,32
22	SMGR	5	1	5	2	5	7	2	27	0,35
23	TLKM	8	3	3	8	1	6	2	31	0,40
24	UNTR	7	5	4	2	3	5	1	27	0,35
25	UNVR	3	0	0	0	2	4	2	11	0,14

**Lampiran 7.**

**Hasil Perhitungan CSRI Tahun 2015**

Kode	Ling	Enrgi	KK TN	LL TN	Produk	Masyrkt	Umum	Total	Indeks CSR
AALI	7	3	6	1	2	4	2	25	0,32
AKRA	7	0	5	4	4	5	2	27	0,35
ASII	6	3	2	0	5	4	2	22	0,28
ASRI	3	0	2	2	4	5	2	18	0,23
BBCA	5	2	3	6	0	7	2	25	0,32
BBNI	3	0	4	3	5	6	2	23	0,29
BBRI	7	3	4	1	0	7	2	24	0,31
BMRI	4	5	3	0	6	6	2	26	0,33
BMTR	0	0	0	0	0	5	2	7	0,09
BSDE	5	3	3	0	3	7	2	23	0,29
CPIN	1	2	2	0	3	3	2	13	0,17
EXCL	5	7	2	7	3	8	2	34	0,44
ICBP	8	3	5	1	6	8	2	33	0,42
INDF	8	4	4	4	1	8	2	31	0,40
INTP	8	3	4	0	5	4	2	26	0,33
JSMR	7	2	5	9	5	3	2	33	0,42
KLBF	6	3	2	4	5	4	2	26	0,33
LPKR	5	0	0	0	0	6	2	13	0,17
LSIP	4	0	5	2	3	6	2	22	0,28
MNCN	1	0	0	0	0	5	2	8	0,10
PTBA	8	3	6	4	3	2	2	28	0,36
SMGR	5	1	6	2	5	7	2	28	0,36
TLKM	8	3	3	8	1	6	2	31	0,40
UNTR	8	5	4	2	3	5	1	28	0,36
UNVR	3	2	0	0	2	4	2	13	0,17



Lampiran 8.

Hasil Perhitungan Ukuran Perusahaan

No	KODE	Ukuran perusahaan = Ln Aset					
		2013	log	2014	log	2015	log
1	AALI	14.963.190.000.000	30,34	18.558.329.000.000	30,55	21.512.371.000.000	30,70
2	AKRA	14.633.141.381.000	30,31	14.791.917.177.000	30,33	15.203.129.563.000	30,35
3	ASII	213.994.000.000.000	33,00	236.029.000.000.000	33,09	245.435.000.000.000	30,06
4	ASRI	14.428.082.567.000	31,73	16.924.366.954.000	31,26	18.709.870.126.000	30,56
5	BBCA	496.304.573.000.000	33,84	552.423.892.000.000	33,95	594.372.770.000.000	30,39
6	BBNI	386.654.815.000.000	31,68	416.573.708.000.000	30,25	508.595.288.000.000	29,89
7	BBRI	626.182.926.000.000	34,07	801.955.021.000.000	34,32	878.426.312.000.000	30,22
8	BMRI	733.099.762.000.000	34,23	855.039.673.000.000	33,86	910.063.409.000.000	31,99
9	BMTR	21.069.471.000.000	30,68	25.365.211.000.000	30,46	26.492.179.000.000	30,91
10	BSDE	22.572.159.491.478	30,67	28.134.725.397.393	30,39	36.022.148.489.646	30,46
11	CPIN	15.722.197.000.000	34,44	20.862.439.000.000	32,08	24.684.915.000.000	30,84
12	EXCL	40.277.626.000.000	31,33	63.706.488.000.000	31,79	58.844.320.000.000	30,15
13	ICBP	21.267.470.000.000	30,69	24.910.211.000.000	33,59	26.560.624.000.000	32,15
14	INDF	78.092.789.000.000	30,75	85.938.885.000.000	30,30	91.831.526.000.000	31,27
15	INTP	26.607.241.000.000	30,91	28.884.973.000.000	30,99	27.638.360.000.000	30,95
16	JSMR	28.366.345.328.000	30,98	31.857.947.989.000	31,09	36.724.982.487.000	31,23
17	KLBF	11.315.061.275.026	33,13	12.425.032.367.729	31,71	13.696.417.381.439	33,66
18	LPKR	31.300.362.430.266	31,07	37.761.220.693.695	31,22	41.326.558.178.049	31,35

19	LSIP	7.974.876.000.000	31,06	8.655.146.000.000	30,86	8.848.792.000.000	30,97
20	MNCN	9.615.280.000.000	34,38	13.609.033.000.000	30,24	14.474.557.000.000	30,30
21	PTBA	11.677.155.000.000	30,09	14.812.023.000.000	30,33	16.894.043.000.000	31,17
22	SMGR	30.792.884.092.000	29,71	34.314.666.027.000	29,81	38.153.118.932.000	29,79
23	TLKM	127.951.000.000.000	32,48	140.895.000.000.000	32,58	166.173.000.000.000	30,29
24	UNTR	57.362.244.000.000	30,91	60.292.031.000.000	30,85	61.715.399.000.000	31,75
25	UNVR	13.348.188.000.000	34,41	14.280.670.000.000	32,74	15.729.945.000.000	34,02



Lampiran 9.

Hasil Perhitungan Pertumbuhan Perusahaan

No	KODE	PENJUALAN sales t- sales t-1/ sales t-1 * 100%						
		2012	2013	GROW'13	2014	GROW'14	2015	GROW'15
1	AALI	11.564.319.000.000	12.674.999.000.000	0,10	16.305.831.000.000	0,01	13.059.216.000.000	0,17
2	AKRA	21.673.954.049.000	22.337.928.480.000	0,03	22.468.327.501.000	-0,09	19.764.821.141.000	-0,12
3	ASII	188.053.000.000.000	193.880.000.000.000	0,29	201.701.000.000.000	0,04	184.196.000.000.000	0,00
4	ASRI	2.446.413.889.000	3.684.239.761.000	-0,02	3.630.914.079.000	-0,09	2.783.700.318.000	-0,23
5	BBCA	28.885.290.000.000	34.277.149.000.000	0,09	43.771.256.000.000	0,14	47.081.728.000.000	0,08
6	BBNI	22.704.515.000.000	26.450.708.000.000	0,27	33.364.942.000.000	0,26	36.895.081.000.000	0,11
7	BBRI	48.272.021.000.000	57.720.831.000.000	0,20	73.065.777.000.000	0,25	83.007.745.000.000	0,12
8	BMRI	42.550.442.000.000	50.208.842.000.000	0,18	62.637.942.000.000	0,25	71.570.127.000.000	0,14
9	BMTR	8.925.419.000.000	10.019.977.000.000	0,12	10.657.152.000.000	0,06	10.572.834.000.000	-0,01
10	BSDE	3.727.811.859.978	5.741.264.172.193	0,06	5.571.872.356.240	0,19	6.209.574.072.348	0,11
11	CPIN	21.310.925.000.000	25.662.992.000.000	0,20	29.150.275.000.000	0,14	30.107.727.000.000	0,03
12	EXCL	20.969.806.000.000	21.265.060.000.000	0,01	23.460.015.000.000	0,10	22.876.182.000.000	0,10
13	ICBP	21.716.913.000.000	25.094.681.000.000	0,13	30.022.463.000.000	0,16	31.741.094.000.000	0,06
14	INDF	50.201.548.000.000	57.731.998.000.000	0,15	63.594.452.000.000	0,10	64.061.947.000.000	0,01
15	INTP	17.290.337.000.000	18.691.286.000.000	0,08	19.996.264.000.000	0,07	17.798.055.000.000	-0,11
16	JSMR	5.581.752.793.000	5.825.932.269.000	0,04	6.646.392.546.000	0,51	7.630.678.119.000	0,15
17	KLBF	13.636.405.178.957	16.002.131.057.048	0,14	17.368.532.547.558	0,16	17.887.464.223.321	0,03
18	LPKR	6.160.214.023.204	6.666.214.436.739	0,08	11.655.041.747.007	0,03	8.910.177.991.351	-0,24
19	LSIP	4.211.578.000.000	4.133.679.000.000	-0,02	4.726.539.000.000	0,14	4.189.615.000.000	-0,11
20	MNCN	5.351.379.000.000	5.719.896.000.000	0,07	5.922.188.000.000	0,04	6.315.130.000.000	0,07
21	PTBA	11.209.219.000.000	11.594.057.000.000	0,54	13.077.962.000.000	0,13	13.733.727.000.000	0,05
22	SMGR	19.598.247.884.000	24.501.240.780.000	-0,01	26.987.035.135.000	-0,03	26.948.004.471.000	-0,20
23	TLKM	77.143.000.000.000	82.967.000.000.000	0,08	89.696.000.000.000	0,08	102.470.000.000.000	0,75
24	UNTR	55.953.915.000.000	51.012.385.000.000	0,03	53.141.768.000.000	0,04	49.347.479.000.000	-0,07
25	UNVR	27.303.248.000.000	30.757.435.000.000	0,20	34.511.534.000.000	0,14	36.484.030.000.000	0,28

Lampiran 10.

Hasil Perhitungan Nilai Perusahaan 2013

No	KODE	Nilai Perusahaan (PBV) 2013				PBV
		Harga Saham	NB persaham= jml ekuitas/saham yg beredar			
			jml ekuitas	saham yg beredar	Nbsaham	
1	AALI	28.014	10.267.859.000.000	1.574.745.000	6.520	4,30
2	AKRA	4.770	5.363.160.926.000	3.880.727.500	1.382	3,45
3	ASII	7.425	120.187.000.000.000	40.483.553.140	2.969	6,50
4	ASRI	530	5.331.784.694.000	19.649.411.888	271	1,95
5	BBCA	11.000	63.966.678.000.000	24.655.010.000	2.594	4,24
6	BBNI	4.815	47.683.505.000.000	18.648.656.458	2.557	4,88
7	BBRI	9.900	79.327.422.000.000	24.669.162.000	3.216	3,08
8	BMRI	9.825	88.790.596.000.000	23.333.333.333	3.805	2,58
9	BMTR	2.370	13.353.037.000.000	14.052.702.050	950	2,49
10	BSDE	1.560	13.415.298.286.907	17.496.996.592	767	2,03
11	CPIN	3.770	9.950.900.000.000	16.398.000.000	607	6,21
12	EXCL	5.105	15.300.147.000.000	8.534.490.667	1.793	2,85
13	ICBP	10.075	13.265.731.000.000	5.830.954.000	2.275	4,43
14	INDF	7.050	38.373.129.000.000	8.780.426.500	4.370	1,61
15	INTP	21.950	22.977.687.000.000	3.681.231.699	6.242	3,52
16	JSMR	6.161	10.866.980.040.000	6.800.000.000	1.598	3,86
17	KLBF	1.545	8.499.957.965.575	46.875.122.110	181	8,52
18	LPKR	1.070	14.177.573.305.225	23.077.689.619	614	1,74
19	LSIP	2.450	6.613.987.000.000	6.822.863.965	969	2,53
20	MNCN	2.715	7.743.574.000.000	13.953.981.500	555	4,89
21	PTBA	9.875	7.551.569.000.000	2.304.131.850	3.277	3,01
22	SMGR	14.850	21.803.975.875.000	5.931.520	3.675.951	0,00
23	TLKM	2.265	77.424.000.000.000	100.799.996.400	768	2,95
24	UNTR	19.850	35.648.896.000.000	3.730.135.136	9.557	2,08
25	UNVR	29.250	4.254.670.000.000	7.630.000.000	558	7,45

Lampiran 11.

Hasil Perhitungan Nilai Perusahaan 2014

No	KODE	Nilai Perusahaan (PBV) 2014				PBV
		Harga Saham	NB persaham= jml ekuitas/saham yg beredar			
			jml ekuitas	saham yg beredar	Nbsaham	
1	AALI	24.000	11.837.486.000.000	1.574.745.000	7.517	3,19
2	AKRA	5.350	5.961.182.563.000	391.363.767	15.232	0,35
3	ASII	8.175	126.533.000.000.000	40.483.553.140	3.126	2,62
4	ASRI	585	6.371.193.934.000	19.649.411.888	324	1,80
5	BBCA	14.825	77.920.617.000.000	24.655.010.000	3.160	4,69
6	BBNI	7.250	61.021.308.000.000	18.648.656.458	3.272	2,22
7	BBRI	13.000	97.737.429.000.000	24.669.162.000	3.962	3,28
8	BMRI	12.275	104.844.562.000.000	23.333.333.333	4.493	2,73
9	BMTR	1.760	15.874.525.000.000	14.198.613.922	1.118	5,57
10	BSDE	2.150	18.473.430.005.417	18.371.846.392	1.006	5,14
19	CPIN	3.435	10.943.289.000.000	16.398.000.000	667	5,15
12	EXCL	4.340	13.960.625.000.000	8.534.490.667	1.636	2,65
13	ICBP	14.400	15.039.947.000.000	5.830.954.000	2.579	5,58
14	INDF	7.375	41.228.376.000.000	8.780.426.500	4.695	1,57
15	INTP	21.925	24.784.801.000.000	3.681.231.699	6.733	3,26
16	JSMR	7.075	11.424.995.629.000	6.800.000.000	1.680	4,21
17	KLBF	1.865	9.817.475.678.446	46.875.122.110	209	8,90
18	LPKR	1.365	17.646.449.043.205	23.077.689.619	765	1,79
19	LSIP	1.710	7.218.834.000.000	6.822.863.965	1.058	1,62
20	MNCN	2.845	9.393.213.000.000	14.105.099.800	666	4,27
21	PTBA	10.700	8.670.842.000.000	2.304.131.850	3.763	2,84
22	SMGR	13.650	25.002.451.936.000	5.931.520	4.215.185	0,00
23	TLKM	2.835	86.125.000.000.000	100.799.996.400	854	3,32
24	UNTR	22.000	38.576.734.000.000	3.730.135.136	10.342	2,13
25	UNVR	38.025	4.598.782.000.000	7.630.000.000	603	7,09

Lampiran 12.

Hasil Perhitungan Nilai Perusahaan 2015

No	KODE	Nilai Perusahaan (PBV) 2015				PBV
		Harga Saham	NB persaham= jml ekuitas/saham yg beredar			
			jml ekuitas	saham yg beredar	Nbsaham	
1	AALI	18.150	11.698.787.000.000	1.574.745.000	7.429	4,44
4	AKRA	6.900	7.286.175.343.000	394.903.024	18.451	0,37
3	ASII	7.325	126.533.000.000.000	40.483.553.140	3.126	2,34
4	ASRI	376	6.602.409.662.000	19.649.411.888	336	1,12
5	BBCA	13.300	89.624.940.000.000	24.655.010.000	3.635	3,66
6	BBNI	5.100	78.438.222.000.000	18.648.656.458	4.206	1,21
7	BBRI	11.100	113.127.179.000.000	24.669.162.000	4.586	4,42
8	BMRI	10.100	119.491.841.000.000	23.333.333.333	5.121	1,97
9	BMTR	1.240	15.294.612.000.000	14.198.613.922	1.077	1,15
10	BSDE	1.815	22.096.690.483.336	19.246.696.192	1.148	1,58
19	CPIN	3.505	12.561.427.000.000	16.398.000.000	766	4,58
12	EXCL	3.950	14.091.635.000.000	8.541.381.670	1.650	2,39
13	ICBP	15.325	16.386.911.000.000	5.830.954.000	2.810	5,45
14	INDF	7.225	43.121.593.000.000	8.780.426.500	4.911	1,47
15	INTP	19.750	23.865.950.000.000	3.681.231.699	6.483	3,05
16	JSMR	5.525	12.368.664.466.000	6.800.000.000	1.819	3,04
17	KLBF	1.450	10.938.285.985.269	46.875.122.110	233	4,21
18	LPKR	1.035	18.916.764.558.342	23.077.689.619	820	1,26
19	LSIP	1.800	7.337.978.000.000	6.822.863.965	1.075	1,67
20	MNCN	2.150	9.566.393.000.000	13.989.950.400	684	3,14
21	PTBA	6.200	9.287.547.000.000	2.304.131.850	4.031	1,54
22	SMGR	10.200	27.440.798.401.000	5.931.520	4.626.268	0,00
23	TLKM	3.350	93.428.000.000.000	100.799.996.400	927	3,61
24	UNTR	15.300	39.250.325.000.000	3.730.135.136	10.522	1,45
25	UNVR	43.175	4.827.360.000.000	7.630.000.000	633	6,24