

PENGARUH *ECONOMIC VALUE ADDED* DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Nur Indah Sisca Sari
audyeauda@gmail.com
Fidiana

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

Optimizing firm value is one of the main goals of the company. More higher the value of the company, more prosperous the shareholders. This research is aimed to find out the influence of economic value added and corporate social responsibility to the firm value. The objects of the research are companies which are included to manufacturing groups and listed on the Indonesia Stock Exchange. The research data is the secondary data which has been obtained from the Indonesia Stock Exchange in the form of financial statement data in four consecutive years (2011-2014), the hypothesis test has been done by using multiple analysis techniques and the SPSS. Based on the specific criteria, 16 companies to be studied have been selected as samples, the analysis method has been carried out by using multiple linear regressions analysis and classic assumption test. The result of the hypothesis test indicates that: 1) the economic value added variable has positive influence to the firm value, so the hypothesis is accepted; 2) the corporate social responsibility variable has positive influence to the firm value, so the hypothesis is accepted.

Keywords: Economic value added, corporate social responsibility, firm value.

ABSTRAK

Mengoptimalkan nilai perusahaan merupakan salah satu tujuan utama perusahaan. Semakin tinggi pula perusahaan, maka semakin sejahtera para shareholdersnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *economic value added* dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Objek penelitian adalah perusahaan yang termasuk dalam kelompok manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia. Data penelitian merupakan data sekunder diperoleh dari Indonesian Stock Exchange yaitu data laporan keuangan selama empat tahun berturut-turut (2011-2014), pengujian hipotesis penelitian ini menggunakan teknik analisis berganda dengan alat bantu SPSS. Berdasarkan kriteria yang lebih spesifik diperoleh jumlah sampel sebanyak 16 perusahaan untuk diteliti, metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan uji asumsi klasik. Hasil pengujian hipotesis penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) variabel *economic value added* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis diterima. 2) variabel *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis diterima.

Kata kunci : *economic value added, corporate social responsibility, nilai perusahaan.*

PENDAHULUAN

Sekarang ini banyak perusahaan yang tidak hanya mementingkan internal perusahaan, tetapi juga mulai memperhatikan kepentingan pihak luar. Pihak luar yang dimaksudkan disini yaitu masyarakat yang berada di lingkungan perusahaan, terutama yang tinggal disekitar perusahaan tersebut, hal ini disebut dengan tanggung jawab sosial atau biasa dikenal dengan *corporate social responsibility* (CSR). CSR merupakan langkah kepedulian perusahaan untuk menyisihkan sebagian keuntungannya untuk kepentingan pembangunan manusia dan lingkungan berdasarkan prosedur yang tepat dan professional (Fahrizqi, 2010). Kegiatan CSR secara tidak langsung juga diharapkan sebagai nilai tambah bagi perusahaan atau *image* yang timbul dengan melakukan kegiatan tersebut, sehingga masyarakat luas dapat mengenali produk yang dihasilkan perusahaan dan memiliki dorongan untuk mengkonsumsi produk tersebut. Ikatan Akuntan Indonesia (IAI,2009) menyatakan dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 (Revisi 2009) paragraf sembilan menyarankan untuk mengungkapkan tanggung jawab akan masalah sosial.

Dimana perusahaan dapat menyajikan laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting, serta kewajiban pembuatan analisis mengenai dampak lingkungan (AMDAL) yang diatur oleh PP No.29 tahun 1986. Umumnya kegiatan CSR membutuhkan banyak biaya, namun pemerintah telah membuat suatu peraturan perpajakan dalam PMK- 02/PMK.03/2010 pasal 2 dimana besarnya biaya promosi dapat dikurangkan dari penghasilan bruto sehingga dapat mengurangi jumlah pajak penghasilan yang dibayar perusahaan. Hal ini merupakan insentif pajak yang diberikan pemerintah kepada perusahaan-perusahaan yang telah menerapkan praktik *Corporate Social Responsibility* secara konsisten. Ini merupakan timbal balik yang positif setelah menerapkan CSR. Di Indonesia saat ini, perkembangan saham sangatlah pesat. Saham menjadi instrumen yang sangat penting bagi suatu perusahaan, dan definisi dari saham itu sendiri adalah surat berharga yang menunjukkan kepemilikan perusahaan sehingga pemegang saham memiliki hak klaim atas dividen atau distribusi lain yang dilakukan perusahaan, yang artinya jika seseorang membeli saham suatu perusahaan, itu berarti dia telah menyertakan modal ke dalam suatu perusahaan tersebut sebanyak jumlah saham yang dibeli.

Investasi dalam bentuk saham banyak dipilih para investor karena saham mampu memberikan keuntungan yang menarik. Dalam aktivitas perdagangan saham sehari-hari mengalami fluktuasi baik penurunan maupun kenaikan. Pembentukan harga saham terjadi karena adanya permintaan dan penawaran atas saham tersebut. Dengan adanya index saham tersebut kita bisa mengetahui perkembangan saham saat ini. Dari pengertian saham di atas dapat disimpulkan bahwa saham adalah suatu satuan nilai dalam berbagai instrument finansial yang mengacu pada bagian kepemilikan sebuah perusahaan. Dengan menerbitkan saham, memungkinkan perusahaan-perusahaan yang membutuhkan pendanaan jangka panjang untuk menjual kepentingan dalam bisnis dengan imbalan uang tunai. Nilai perusahaan akan tercermin dari harga sahamnya. Harga pasar dari saham perusahaan yang terbentuk antara pembeli dan penjual disaat terjadi transaksi disebut nilai pasar perusahaan, karena harga pasar saham dianggap cerminan dari nilai aset perusahaan sesungguhnya .

Ada beberapa metode yang bisa digunakan oleh para investor untuk mengukur nilai saham dari suatu perusahaan salah satu diantaranya yaitu metode *Economic Value Added* (EVA). *Economic Value Added* (EVA) adalah suatu sistem manajemen keuangan untuk mengukur laba ekonomi suatu perusahaan, yang menyatakan bahwa kesejahteraan hanya dapat tercipta jika perusahaan mampu memenuhi biaya operasi (*operating cost*) dan biaya modal (*cost of capital*) (Rudianto, 2006). Konsep EVA membuat perusahaan lebih memfokuskan perhatian ke upaya penciptaan nilai perusahaan dan menilai kinerja

keuangan perusahaan secara adil yang diukur dengan mempergunakan ukuran tertimbang (weighted) dari struktur modal awal yang ada. EVA yang positif menunjukkan bahwa perusahaan berhasil menciptakan nilai (*create value*) bagi pemilik modal, konsisten dengan tujuan memaksimalkan nilai perusahaan. Sebaliknya EVA yang negatif menandakan nilai perusahaan berkurang sebagai akibat penurunan dari tingkat pengembalian investasi.

Melalui latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh *Economic Value Added* (EVA) dan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan". Peneliti ini juga menggunakan sampel dan periode yang berbeda yaitu tahun 2011- 2014. yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

TINJAUAN TEORETIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Economic Value Added (EVA)

Menurut Lisa (1999:125) EVA adalah ukuran nilai tambah ekonomis yang dihasilkan perusahaan sebagai akibat dari aktivitas atau strategi manajemen. EVA yang positif menandakan perusahaan berhasil menciptakan nilai bagi pemilik modal karena perusahaan mampu menghasilkan tingkat penghasilan melebihi tingkat biaya modal. Hal ini sejalan dengan tujuan untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Sebaliknya EVA yang negatif menunjukkan bahwa nilai perusahaan menurun karena tingkat pengembalian lebih rendah daripada biaya modalnya. Menurut Tunggal (2001:1), *Economic Value Added* (EVA) adalah suatu sistem manajemen keuangan untuk mengukur laba ekonomi dalam suatu perusahaan, yang menyatakan bahwa kesejahteraan hanya dapat tercipta jika perusahaan mampu memenuhi semua biaya operasi (*operating cost*) dan biaya modal (*cost of capital*).

Nilawati (2004:151) mendefinisikan *Economic Value Added* (EVA) selain sebagai alat ukur kinerja sebuah perusahaan, juga dapat digunakan sebagai basis atau dasar dalam pemberian bonus bagi karyawan- karyawan yang ada pada divisi- divisi yang memiliki tingkatan atau nilai *Economic Value Added* (EVA) yang positif. Berdasarkan pendapat- pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa *Economic Value Added* (EVA) adalah suatu alat ukur kinerja sebuah perusahaan sekaligus sebagai pengukur nilai tambah yang dihasilkan perusahaan kepada investor dengan memperhitungkan biaya modal dan juga sebagai dasar pemberian bonus kepada karyawan yang terdapat pada setiap divisi- divisi yang memiliki nilai *Economic Value Added* yang positif.

Corporate Social Responsibility

corporate social responsibility adalah masalah yang semakin penting bagi para agen ekonomi. Hal ini disebabkan masalah tersebut menjadi perhatian baru untuk semua aspek dari aktivitas perusahaan dan hubungan mereka dengan *stakeholders*. Kegiatan sosial perusahaan bukan hanya sekedar cara untuk mencapai hasil ekonomi, namun juga dapat mengembangkan hubungan baik dengan *stakeholders*. Dengan demikian secara tidak langsung dapat menciptakan citra positif bagi perusahaan, *corporate social responsibility* berusaha meberikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial kedalam operasinya sebagaimana dijelaskan oleh Darwin (2006:123). Pertanggungjawaban sosial adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial kedalam operasinya dan interaksinya terhadap pihak- pihak yang berkepentingan. Dengan demikian, operasi bisnis yang dilakukan oleh perusahaan tidak hanya berkomitmen dengan ukuran keuntungan secara finansial saja, tetapi juga harus berkomitmen pada pembangunan social ekonomi secara menyeluruh dan berkelanjutan.

Pengungkapan kinerja lingkungan, social dan ekonomi perusahaan dapat dilakukan dengan mengungkapkan hal tersebut kedalam laporan tahunan perusahaan atau mengungkapnya kedalam laporan yang terpisah. Mengungkapkan laporan *corporate social*

responsibility dalam laporan tahunan lebih lazim dilakukan oleh perusahaan- perusahaan di Indonesia. Pengukuran *Corporate social responsibility* diukur menggunakan *Corporate Social Disclosure Index* (CSDI). Instrumen pengungkapan CSDI yang akan digunakan dalam penelitian ini mengacu pada pengukuran instrumen yang digunakan oleh Sembiring (2005:111), yang mengelompokkan informasi CSR kedalam kategori : Lingkungan, Energi, Tenaga Kerja, Produk, Keterlibatan Masyarakat, dan Umum. Total item CSR adalah 78. Pendekatan untuk menghitung CSDI pada dasarnya menggunakan pendekatan untuk menghitung CSDI pada dasarnya menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap item CSR dalam penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan dan diberi nilai 0 jika tidak diungkapkan.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan dipresentasikan oleh harga pasar dari saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi pendanaan (*financing*) dan manajemen asset. Nilai (*value*) perusahaan yang sudah *go public* merupakan nilai yang tercermin dalam harga pasar saham perusahaan, sedangkan nilai perusahaan yang belum *go public* nilainya terealisasi apabila perusahaan akan dijual.

Menurut Brigham dan Houston (2010:7), Tujuan utama perusahaan yaitu memaksimalkan nilai perusahaan ini digunakan sebagai pengukur keberhasilan perusahaan karena dengan meningkatnya nilai perusahaan berarti meningkatnya kemakmuran pemilik perusahaan atau para pemegang saham. Nilai perusahaan menggambarkan seberapa baik atau buruk manajemen mengelola kekayaannya, hal ini bisa dilihat dari pengukuran kinerja keuangan yang diperoleh. Suatu perusahaan akan berusaha untuk memaksimalkan nilai perusahaannya. Peningkatan nilai perusahaan biasanya ditandai dengan naiknya harga saham di pasar saham.

Pengembangan Hipotesis

Economic Value Added (EVA)

Menurut Brigham dan Houston (2009:111), *Economic Value Added* (EVA) adalah ukuran nilai tambah ekonomis yang dihasilkan perusahaan sebagai akibat dari aktivitas atau strategi manajemen. EVA yang positif menandakan perusahaan berhasil menciptakan nilai bagi pemilik modal karena perusahaan mampu menghasilkan tingkat penghasilan melebihi tingkat biaya modal. Hal ini sejalan dengan tujuan untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Sebaliknya, EVA yang negatif menunjukkan bahwa nilai perusahaan menurun karena tingkat pengembalian lebih rendah daripada biaya modalnya.

H1 : *Economic Value Added* (EVA) berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

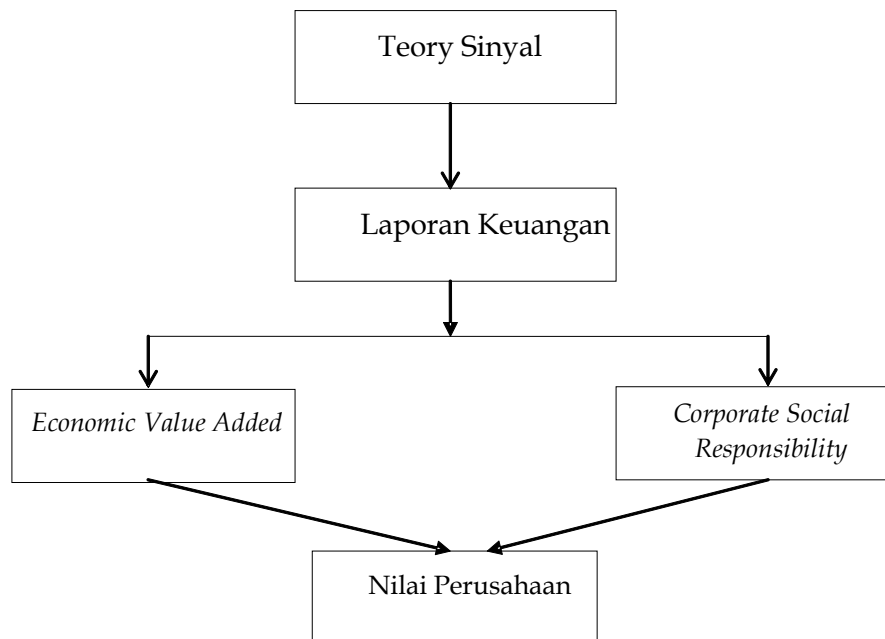
Corporate Social Responsibility

Kasmir (2009:9) mengatakan bahwa meningkatnya nilai saham perusahaan turut ikut meningkatkan keuntungan perusahaan. Dalam hal ini perusahaan harus menyisihkan keuntungan tersebut kepada masyarakat dan lingkungannya, melalui tanggung jawab sosial. Tanggung jawab perusahaan tersebut dituangkan dalam tanggung jawab sosial perusahaan atau lebih dikenal dengan nama *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dengan demikian, segala aktivitas perusahaan akan memperoleh kepercayaan dari berbagai pihak dan diharapkan umur hidup perusahaan akan bertambah panjang.

H2 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

Model Penelitian

Model penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1
Model Penelitian

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Deskriptif kuantitatif yaitu penelitian yang mengungkapkan besar kecilnya suatu pengaruh atau hubungan antara variabel yang dinyatakan dalam angka-angka dengan cara mengumpulkan data-data yang merupakan faktor-faktor pendukung terhadap pengaruh antara variabel-variabel yang bersangkutan kemudian mencoba untuk dianalisis. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Teknik pengambilan sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* atau sampel bertujuan dengan mengambil sampel yang dipilih dan diseleksi berdasarkan kriteria tertentu sesuai dengan tujuan yang akan dicapai. Kriteria pengambilan sampel untuk penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) Perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia tersebut aktif dan terdaftar penuh selama 4 tahun berturut-turut, yaitu tahun 2011 hingga tahun 2014. 2) Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang memiliki dan menyampaikan data laporan keuangan dan tahunan yang lengkap selama periode 2011-2014. 3) Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang menerbitkan dividen selama periode 2011-2014.

Teknik pengumpulan data

Metode pengumpulan data menggunakan metode dokumentasi. Metode dokumentasi dilakukan dengan cara penyalinan dan pengarsipan data - data dari sumber - sumber yang tersedia yaitu data sekunder yang dapat diperoleh dari website BEI. Data tersebut berupa laporan keuangan perusahaan yang bergerak pada sektor keuangan. selain itu, data

sekunder lain yang digunakan berupa jurnal, artikel, dan literatur lainnya yang berkaitan dengan penelitian.

Variabel dan definisi operasional variabel

Variabel dependen

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dapat diukur dengan PBV (*price book value*) merupakan rasio pasar yang digunakan untuk mengukur kinerja harga pasar saham terhadap nilai bukunya (Wihardjo, 2014). Harga pasar dari saham perusahaan yang terbentuk antara pembeli dan penjual disaat terjadi transaksi disebut nilai pasar perusahaan, karena harga pasar saham dianggap cerminan dari nilai aset perusahaan sesungguhnya. Nilai perusahaan yang dibentuk melalui indikator nilai pasar saham sangat dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi. Adanya peluang investasi dapat memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan datang, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Berikut ini rumus yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan :

$$PBV = \frac{\text{harga saham per lembar}}{\text{nilai buku per lembar saham}} \times 100$$

Variabel independen

Economic Value Added (EVA)

Menurut Brigham dan Houston (2009: 111) dalam Rahayu dan Aisjah (2013) *Economic Value Added* (EVA) merupakan sebuah metode untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai perusahaan yang diukur dari tingkat laba ekonomi yang dihasilkan. EVA dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$EVA = \{EBIT (1-T)\} - \{ \text{invested capital} \times WACC \}$$

$$WACC = w_d r_d (1-T) + w_p r_p + w_e r_s$$

Dalam penelitian ini komposisi modal perusahaan terdiri dari hutang dan ekuitas saja sehingga rumus WACC yang digunakan dalam penelitian ini mengalami penyesuaian menjadi:

$$WACC = w_d r_d (1-T) + w_e r_e$$

Dimana:

w_d = Proporsi hutang

$r_d(1-T)$ = Biaya hutang setelah pajak

w_e = Proporsi ekuitas

r_e = Biaya ekuitas

Tahapan perhitungan EVA adalah sebagai berikut:

Menghitung biaya hutang/ *cost of debt* (r_d)

Brigham dan Houston (2009:9) mengemukakan bahwa biaya hutang adalah tingkat bunga atas hutang baru, bukan atas hutang yang belum jatuh tempo.

Biaya hutang setelah pajak = $r_d (1-T)$

Dimana, r_d adalah tingkat bunga atas hutang dan T adalah tarif pajak. Tarif pajak yang dihitung dengan membandingkan antara beban pajak dengan laba sebelum pajak.

Menghitung biaya ekuitas (r_e)

Biaya saham biasa atau biaya ekuitas didefinisikan sebagai tingkat pengembalian yang diminta investor atas saham biasa suatu perusahaan (Brigham dan Houston,2009: 7)

$$r_e = \frac{1}{PER (Price Earning Ratio)}$$

Dimana:

$$r_e = \frac{\text{Harga akhir tahun penutupan penelitian}}{\text{Earning Per Share (laba per saham)}}$$

Menghitung proporsi hutang dan ekuitas

Proporsi hutang dan ekuitas dapat dihitung dengan cara membandingkan hutang jangka panjang dan ekuitas dengan jumlah total hutang jangka panjang ditambah ekuitas.

Menghitung rata-rata tertimbang biaya modal (WACC)

WACC (*weighted average cost of capital*) atau rata-rata tertimbang biaya modal adalah rata-rata tertimbang biaya-biaya komponen utang, saham preferen dan ekuitas biasa.

$$WACC = w_d r_d (1-T) + w_e r_e$$

Menghitung total modal operasi yang berasal dari investor (*invested capital*)

Total modal operasi dari investor adalah total modal dari perusahaan yang meliputi modal sendiri dan hutang jangka panjang. rumus untuk menghitung total modal operasi dari investor adalah sebagai berikut:

$$\text{Invested capital} = \text{Kas} + \text{Modal Kerja} + \text{Aktiva Tetap}$$

Menghitung laba operasi bersih setelah pajak (NOPAT)

Laba operasi bersih setelah pajak atau *net operating profit after tax* (NOPAT) adalah laba yang dihasilkan suatu perusahaan jika perusahaan tersebut tidak memiliki hutang dan hanya memiliki aset operasi (Brigham dan Houston, 2009: 108).

$$\text{NOPAT} = \text{EBIT} (1 - T)$$

Menghitung EVA

$$\text{EVA} = \text{NOPAT} - (\text{WACC} \times \text{invested capital})$$

Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility diukur dengan menggunakan Corporate Social Disclosure Index (CSDI) yang akan digunakan dalam penelitian ini mengacu pada instrumen yang digunakan Sembiring (2005), yang mengelompokkan informasi CSR kedalam kategori : lingkungan, energi, tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat dan umum. Untuk menghitung CSDI terlebih dahulu perlu membuat daftar item pengungkapan CSR sesuai dengan yang digunakan oleh Sembiring (2005). Total item pengungkapan CSR adalah 78. Pengecekan dan perhitungan CSR yaitu dengan menggunakan pendekatan dikotomi. Untuk memperoleh CSDI skor item pengungkapan CSR yang diungkapkan untuk setiap perusahaan dibagi total item pengungkapan.

Rumus CSDI :

$$\text{CSDI}_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan :

CSDI_j : *Corporate Social Responsibility Disclosure index* perusahaan J

n_j : Jumlah item untuk perusahaan J

X_{ij} : Skor 1 = jika item i diungkapkan; 0 = jika item i tidak diungkapkan.

Teknik Analisis Data

Untuk menganalisis pengaruh perubahan variabel independen terhadap variabel dependen baik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama, digunakan *Multiple Linear Regression* atau regresi linear berganda. Penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, heteroskedastisitas, multikolinearitas dan autokorelasi sebagai prasyarat analisis regresi linear berganda dan pengujian hipotesis yang meliputi uji koefisien determinasi (R^2), uji model (uji statistik F), serta uji signifikansi parameter individual (uji statistik t). Model regresi dalam penelitian ini dirumuskan dengan persamaan:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y : Nilai Perusahaan (PBV)

a : Konstanta

b_1+b_2 : Koefisien Regresi dari setiap Variabel Independen

X_1 : *Economic Value Added* (EVA)

X_2 : *Corporate Social Responsibility* (CSR)

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif berusaha menggambarkan berbagai karakteristik data, seperti nilai minimum (*min*), nilai maksimum (*max*) rata - rata (*mean*), standar deviasi dan sebagainya. Variabel dalam penelitian ini adalah *economic value added*, *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan. Data yang digunakan dalam penelitian ini untuk masing - masing variabel diperoleh dari 16 sampel perusahaan dikalikan periode tahun pengamatan (4 tahun, tahun 2011 - 2014) sehingga didapatkan jumlah data sebanyak 64. Berikut ini adalah hasil statistik deskriptif dari data yang digunakan dalam penelitian ini :

Tabel 1
Statistik Deskriptif Variabel - Variabel Penelitian

	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Standar Deviasi
PBV	64	3.720	12.740	5.94750	2.266710
CSR	64	12.000	44.000	26.17187	6.280619
EVA	64	.000	28.830	12.84078	13.009034

Sumber : Data sekunder diolah, 2016

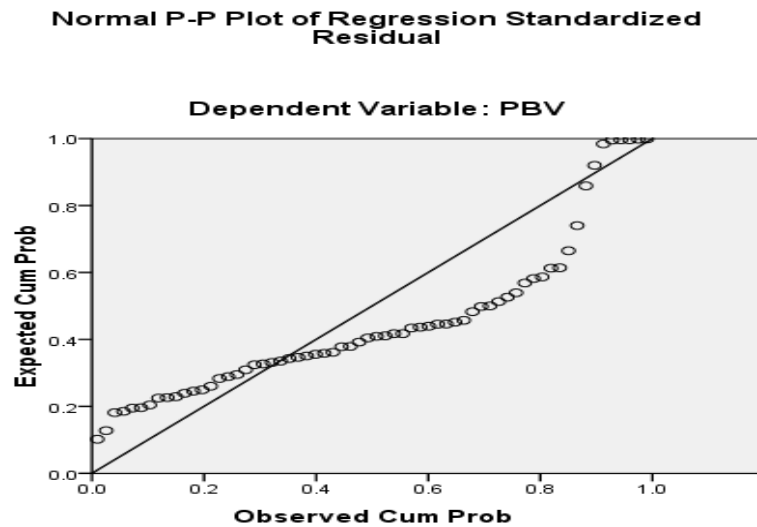
Dari hasil penelitian yang disajikan pada tabel 1 menunjukkan bahwa Nilai perusahaan yang diukur dengan menggunakan price book value memiliki nilai rata - rata sebesar 5,94750 dengan nilai minimum 3,720 nilai maksimum 12,740 dan standar deviasi sebesar 2,266710. Standar deviasi < nilai rata - rata menandakan bahwa perbedaan nilai buku perlembar saham antara masing - masing perusahaan tidak jauh berbeda. *Corporate Social Responsibility* perusahaan dalam penelitian ini diperoleh nilai maksimum 44,000 dan nilai minimum 12,000 dengan nilai rata - rata sebesar 26,17187 dan standar deviasi sebesar 6,280619. Standar deviasi 6,280619 < nilai rata - rata menandakan bahwa perbedaan *Corporate Social Responsibility* antara masing - masing perusahaan tidak jauh berbeda. *Economic Value Added* perusahaan dalam penelitian ini diperoleh nilai maksimum 28,830 dan nilai minimum 0,000 dengan nilai rata - rata sebesar 12,84078 dan standar deviasi sebesar 13,009034. Standar deviasi > nilai rata - rata menandakan bahwa terdapat perbedaan yang cenderung besar antara masing - masing perusahaan.

Uji Asumsi Klasik

Analisis regresi linier sederhana yang digunakan untuk melakukan pengujian hipotesis. Sebelum digunakan untuk menguji hipotesis penelitian, terlebih dahulu model regresi yang diperoleh dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri atas uji normalitas data, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas dan uji multikolinieritas.

Normalitas

Hasil dari uji normalitas dengan menggunakan grafik normal plot dapat dilihat pada gambar berikut :



Sumber : Data sekunder diolah, 2016

Gambar 2
Uji Normalitas

Hasil menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal menunjukkan pola distribusi yang normal, maka model regresi memenuhi asumsi klasik. Hal ini berarti bahwa penelitian berdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas.

Selain menggunakan grafik normal plot, uji normalitas dapat juga menggunakan uji statistik non - parametik *Kolmogorov - Smirnov* (K-S) pada nilai residual hasil regresi dengan kriteria jika nilai signifikansi > 0,05 maka data terdistribusi secara normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi < 0,05 maka data tidak terdistribusi secara normal. Hasil dari uji normalitas dengan menggunakan uji *Kolmogorov - Smirnov* (K-S) dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2
Hasil Uji *Kolmogorov - Smirnov*

Indikasi	Residual
<i>Kolmogorov - Smirnov Z</i>	2324
Signifikansi	.450

Sumber : Data sekunder diolah, 2016

Berdasarkan pada tabel 2 di atas dapat diketahui bahwa besarnya nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 2,324 dan signifikan pada ,450 hal ini sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut terdistribusi normal.

Multikolinearitas

Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas digunakan *Tolerance and Variance Inflation Factor* atau VIF dalam penelitian ini. Jika nilai *tolerance* > 0,1 dan VIF < 10 maka variabel tersebut tidak mempunyai persoalan multikolinearitas dengan variabel bebas yang lainnya. Hasil dari uji multikolinieritas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF
EVA	,999	1,001
CSR	,9999	1,001

Sumber : Data sekunder diolah, 2016

Berdasarkan tabel 3 diketahui pada bagian *coefficient* diperoleh nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk CSR sebesar 1,001 dan EVA sebesar 1,001, sehingga hasil perhitungan menunjukkan tidak ada satu variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Nilai *tolerance* mendekati 1 untuk CSR sebesar 0,999 dan EVA sebesar 0,999. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas pada penelitian ini.

Auto Korelasi

Uji autokorelasi sendiri bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Ketentuan penelitian ini dari uji autokorelasi dikatakan tidak terjadi autokorelasi jika nilai *Durbin - Watson* berada antara batas -2 hingga 2 (Santoso, 2000; dalam Sejati, 2007). Hasil dari uji autokorelasi berdasarkan nilai *Durbin-Watson* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4
Uji Autokorelasi

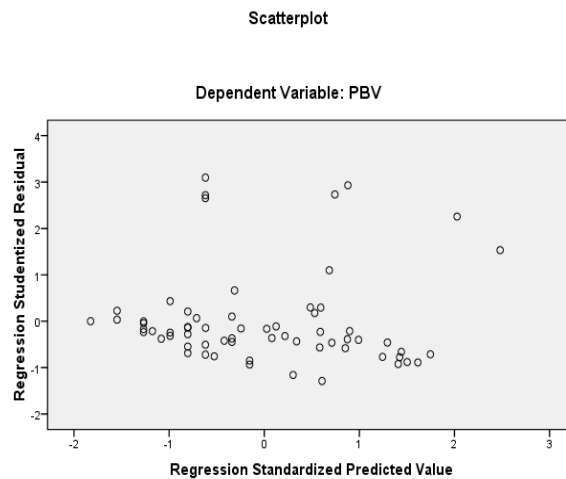
Model	<i>Durbin-Watson</i>
1	553

Sumber : Data sekunder diolah, 2015

Hasil perhitungan autokorelasi, diperoleh nilai *Durbin Watson* adalah sebesar 0,553. Dengan demikian model regresi yang akan digunakan tidak terdapat masalah autokorelasi. Selain itu model regresi yang dihasilkan dapat digunakan untuk mengestimasi nilai perusahaan pada variabel independennya yaitu CSR dan EVA.

Heteroskedastisitas

Ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat dari pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah residual ($Y \text{ Prediksi} - Y \text{ Sebenarnya}$) yang telah di *studentized*. Jika ada pola tertentu, seperti titik - titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (melebar, bergelombang, kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas dan titik - titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil dari uji heteroskedastisitas dengan menggunakan grafik *scatterplot* dapat dilihat gambar berikut:



Sumber : Data sekunder diolah, 2016

Gambar 3

Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan grafik *Scatterplot* yang terlihat hampir semua titik menyebar secara acak, tidak membentuk pola tertentu yang jelas serta tersebar di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk mengetahui nilai perusahaan berdasarkan masukan dari variabel independennya.

Analisis Regresi dan Hasil Pengujian Hipotesis

Setelah terpenuhinya uji asumsi klasik di atas untuk menguji hipotesis, peneliti menggunakan analisis regresi berganda. Hasil pengolahan diperoleh dengan menggunakan *software* SPSS . Analisa regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh lebih dari satu variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil dari analisis regresi pengaruh *economic value added* dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 5
Hasil Analisis Regresi

Variabel	Koefisien Regresi	Std. Error	t	Sig. t
Konstanta	2,548	1,123	2,268	,027
EVA	0,65	0,20	3,283	,002
CSR	0,98	0,41	2,398	,020

Sumber : Data sekunder diolah, 2016

Tabel 5 menunjukkan model regresi yang dapat menjelaskan ada suatu tidaknya pengaruh antara *Economic Value Added* dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap nilai perusahaan. Dari tabel, diperoleh model regeresi linear sebagai berikut :

$$PBV = 2,548 + 0,098 \text{ EVA} + 0,065 \text{ CSR}$$

Berdsasarkan model regeresi diatas dapat disimpulkan bahwa : a) nilai konstanta (α) bernilai sebesar 2,548 yang artinya jika variabel bebas terdiri dari EVA dan CSR konstan atau = 0, maka variabel PBV bernilai 2,548. b) nilai koefisien Regresi EVA : Nilai koefisien regresi EVA adalah 0,65 yang menunjukan arah hubungan positif antara variabel *Economic Value Added* dengan *Price Book Value*. Tanda positif disini menunjukkan pengaruh EVA searah PBV. (c.) Koefisien regresi CSR Nilai koefisien regresi CSR sebesar 0,98 , yang berarti *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dengan variabel *Price Book Value*.

Hasil Pengujian Hipotesis Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji kelayakan model atau lebih sering disebut dengan uji F merupakan tahapan awal mengidentifikasi model regresi yang diestimasi layak atau tidak. Layak disini maksudnya adalah model diestimasi layak digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel - variabel bebas terhadap variabel terikat. Penarikan kesimpulan dalam uji ini, apabila nilai signifikansi $F <$ taraf signifikansi 5% maka dapat dikatakan bahwa model regresi yang diestimasi layak.

Tabel 6
Hasil Uji Simultan F

Indikasi	Residual
F	8,457
Signifikansi	,001

Sumber : Data sekunder diolah, 2016

Hasil uji statistik F menunjukkan nilai F sebesar 8,457 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,001, karena probabilitas signifikansi jauh lebih kecil dari 0,05 ($\alpha = 5\%$), sehingga kesimpulannya model yang digunakan dalam penelitian layak untuk digunakan pada penelitian. Dengan demikian model regresi dapat digunakan untuk memprediksi nilai perusahaan (PBV).

Uji Koefisien Regresi (Uji t)

Uji t dalam regresi linier berganda dimaksudkan untuk menguji apakah parameter (koefisien regresi dan konstanta) yang diduga untuk mengestimasi persamaan/model regresi linier berganda sudah merupakan parameter yang tepat atau belum. Maksud tepat disini adalah parameter tersebut mampu menjelaskan perilaku variabel bebas dalam memengaruhi variabel terikatnya. Uji t dapat ditarik kesimpulannya, apabila nilai signifikansi $t <$ taraf signifikansi 5% maka dapat dikatakan bahwa variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikatnya. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai perusahaan nilai signifikansi 0,020 lebih kecil daripada α ($0,020 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya *Corporate Social Responsibility* (CSR) mempunyai pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. pengaruh *Economic Value Added* terhadap Nilai perusahaan nilai signifikansi 0,002 lebih kecil daripada α ($0,002 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya *Economic Value Added* (EVA) mempunyai pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 7
Nilai Adjusted R-Square

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.466 ^a	.217	.191	2,038245

Sumber: Data Sekunder diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui hasil nilai dari koefisien determinasi atau *R Square* sebesar 0,217 yang menunjukkan bahwa sebesar 21,7% variabel independen yang terdiri dari *Economic Value Added* dan *Corporate Social Responsibility* mampu menjelaskan dan mempengaruhi variabel dependen dalam penelitian ini yaitu Nilai Perusahaan yang diprosikan ke dalam *price book value* (PBV), sedangkan 78,3% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang ada di dalam penelitian.

Pembahasan

Pengaruh *Economic Value Added* (EVA) terhadap Nilai Perusahaan

Economic value added berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut berarti bahwa apabila *economic value added* semakin meningkat maka nilai perusahaan perusahaan tersebut juga akan meningkat. Ini berarti bahwa investor sangat memperhatikan nilai tambah yang dihasilkan oleh perusahaan sehingga akan mempengaruhi nilai perusahaan dimata investor. Sesuai dengan teori signal laporan keuangan yang baik memberikan sinyal perusahaan telah beroperasi dengan baik. Tandelilin (2007) menyatakan EVA merupakan ukuran keberhasilan manajemen perusahaan dalam menciptakan nilai tambah bagi perusahaan. Kinerja manajemen yang baik tercermin dalam laporan keuangan yang baik.

Kemampuan perusahaan memenuhi biaya operasi dan biaya modal mengindikasikan perusahaan dapat menghasilkan tingkat penghasilan yang tinggi, sehingga mampu mensejahterakan investor. Suatu perusahaan yang memiliki EVA positif menandakan perusahaan berhasil menciptakan nilai bagi pemilik modal karena perusahaan mampu menghasilkan tingkat penghasilan melebihi tingkat biaya modal. Hal ini sejalan dengan tujuan untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Sebaliknya, EVA yang negatif menunjukkan bahwa nilai perusahaan menurun karena tingkat pengembalian lebih rendah daripada biaya modalnya.

Hasil ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari (2013) yang menyatakan bahwa *Economic Value Added* (EVA) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (PBV). Hasil penelitian ini juga mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Sari (2013) yang menyatakan bahwa *Economic Value Added* berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan kategori Manufaktur yang terdaftar Bursa Efek Indonesia periode tahun 2011-2014

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

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa besar kecilnya praktik CSR mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan. Hal ini sesuai dengan teori Darwin (2009:123) bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder* nya. Apabila perusahaan dapat memaksimalkan manfaat yang diterima *stakeholder* maka akan timbul kepuasan bagi *stakeholder* yang akan meningkatkan nilai perusahaan. Tanggung jawab sosial merupakan salah satu bentuk untuk menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan. Perusahaan yang menerapkan CSR bertujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan di mata masyarakat dan terutama di mata para investor atau pemegang saham.

Nilai perusahaan yang tinggi dapat membuat suatu perusahaan lebih mampu mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya dan lebih *survive*. Terpenuhinya kewajiban pengungkapan CSR dalam laporan keuangan akan menarik investor-investor untuk berinvestasi, sehingga harga saham perusahaan akan meningkat. Penerapan CSR dapat menurunkan biaya operasi suatu perusahaan. Hal tersebut dikarenakan setelah diterapkannya CSR, perusahaan akan mengurangi biaya yang dikeluarkan untuk pemasaran produk dan menggantinya dengan biaya CSR.

Walaupun biaya CSR yang dikeluarkan pada awalnya merupakan biaya pertanggungjawaban perusahaan terhadap lingkungan sekitar, tidak dapat dipungkiri bahwa kegiatan CSR tersebut nantinya akan berpengaruh terhadap kegiatan promosi perusahaan dan akhirnya akan meningkatkan penjualan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan akan mengurangi biaya promosi produknya yang akan berpengaruh pada penurunan biaya operasi perusahaan. Hasil ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Hanif (2015) yang menemukan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (PBV).

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Teknik analisis data menggunakan teknik analisis regresi berganda, Berikut beberapa hasil yang dapat disimpulkan dari penelitian ini: 1) Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa *economic value added* berdampak positif terhadap nilai perusahaan, semakin meningkat maka nilai perusahaan perusahaan tersebut juga akan meningkat. Ini berarti bahwa investor sangat memperhatikan nilai tambah yang dihasilkan oleh perusahaan sehingga akan mempengaruhi nilai perusahaan dimata investor. 2) Dan untuk pengungkapan *corporate social responsibility* berdampak positif terhadap nilai perusahaan, hal ini menunjukkan bahwa CSR merupakan faktor yang mempengaruhi tinggi atau rendahnya nilai perusahaan. semakin banyak perusahaan mengungkapkan item pengungkapan sosialnya dan semakin bagus pengungkapannya, maka akan semakin tinggi juga nilai perusahaan tersebut.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, diharapkan mampu memberi gambaran tentang pengaruh *economic value added* dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Beberapa saran yang dapat diberikan diantaranya: Pertama, Bagi para peneliti yang akan datang, diharapkan dapat memperluas objek penelitian dan memperpanjang periode pengamatan dari yang sebelumnya. Penelitian ini hanya menggunakan sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dengan periode pengamatan selama 4 tahun. Kedua, Hasil *R Square* menunjukan hasil yang cukup rendah, sehingga menunjukan variabel dependen lebih banyak dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian. Akan lebih baik apabila menambahkan variabel lain selain variabel yang telah digunakan seperti *return on equity* (ROE), *net profit margin* (NPM).

DAFTAR PUSTAKA

- Brigham, E.F dan J.F, Houston. 2009. *Dasar – dasar Manajemen Keuangan*. Edisi 10. Salemba Empat. Jakarta
- Darwin, A. 2006. Akuntabilitas, Kebutuhan, Pelaporan dan Pengungkapan CSR bagi Perusahaan di Indonesia. *Economics Business and Accounting Review*. Edisi 3.
- Fahrizqi, A. 2010. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dalam Laporan Tahunan Perusahaan. *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hanif, F. N. 2015. Pengaruh Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2011-2014. *Skripsi*. S1 Akuntansi FEB USU. Medan.
- Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI). 2009. *Standar Akuntansi Keuangan*. Salemba Empat. Jakarta
- Kasmir. 2009. *Pengantar Manajemen Keuangan*. Kencana. Jakarta.
- Lisa, L. U. 1999. EVA Sebagai Ukuran Keberhasilan Kinerja Manajemen. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. Vol 1(1) : 28-42.
- Nilawati. 2004. Analisis ROI dan EVA terhadap Return On Share di BEJ. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*. Vol 6 (2) : 151-166.
- Rahayu, U. S dan S. Aisjah. 2013. Pengaruh *Economic Value Added* dan *Market Value Added* terhadap *Return Saham*. *Jurnal Universitas Brawijaya*. Malang.
- Rudianto. 2006. *Akuntansi Koperasi*, Grafindo. Jakarta.
- Sari, Z. E. 2013. Pengaruh *Profitabilitas*, *Leverage*, *Economic Value Added*, dan Risiko Sistematis terhadap Nilai Perusahaan *Studi Empiris* pada Perusahaan Kategori LQ45 yang Terdaftar di BEI. *Skripsi*. S1 Akuntansi FE UNP. Padang.

- Sejati, A. W. 2007. Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Audit Delay pada Perusahaan Go Public di Bursa Efek Indonesia tahun 2003 - 2005. *Skripsi*. Universitas Negeri Semarang. Semarang.
- Sembiring, E. R. 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Studi Empiris pada Perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta. *Simposium Nasional Akuntansi VII*. Solo.
- Tandelilin, E. 2007. *Analisis Investasi dan Manajemen Portofolio*. BPFE. Yogyakarta.
- Tunggal, A. W. 2001. *Memahami Konsep EVA dan Value Based Management (VBM)*. Harvarindo. Jakarta.
- Wihardjo, D. S. 2014. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang.