BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Secara umum, tujuan perusahaan adalah memperoleh laba sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Meningkatnya nilai perusahaan dapat menarik minat para investor untuk menanamkan modalnya (Haruman, 2008:45). Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham. Naik turunnya nilai perusahaan dapat dilihat dari harga sahamnya. Perusahaan yang memiliki tingkat nilai perusahaan yang tinggi dianggap dapat mensejahterakan pemegang saham, dan hal tersebut dapat menarik para investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut.

Pada dasarnya nilai perusahaan dapat diukur melalui beberapa aspek, salah satunya adalah dengan harga pasar saham perusahaan, karena harga pasar saham perusahaan mencerminkan penilaian investor secara keseluruhan atas setiap ekuitas yang dimiliki. Harga pasar saham menunjukkan penilaian dari seluruh pelaku pasar, harga pasar saham bertindak sebagai barometer kinerja manajemen perusahaan. Jika nilai suatu perusahaan dapat diproksikan dengan harga saham, maka memaksimalkan nilai perusahaan sama dengan memaksimalkan harga pasar saham.

Pemegang saham sebagai pemilik perusahaan merupakan pihak yang menyediakan dana dan fasilitas operasional. Memberikan wewenang bagi manajer untuk mengelola dana dan fasilitas yang telah disediakan oleh pemegang saham. Para pemegang saham dalam suatu perusahaan juga memiliki kepentingan untuk memajukan perusahaan. Pemegang saham juga

berusaha untuk memonitoring perilaku managemen perusahaan dalam menjalankan perusahaannya, bahkan menuntut adanya *Good Corporate Governance* dari perusahaan.

Para pemegang saham dan manajer masing-masing mempunyai kepentingan yang berbeda. Konflik dapat terjadi jika keputusan manajer hanya memaksimalkan kepentingannya dan mempunyai pemikiran yang tidak sejalan dengan para pemegang saham. Aktivitas seorang manajer yang memiliki beberapa saham perusahaan akan berbeda dengan seorang manager yang tidak memiliki saham perusahaan atau murni sebagai manajer, manajer yang memiliki saham akan mempunyai peran ganda sebagai manajer juga sebagai pemegang saham maka manajer akan memiliki kepentingan yang sejalan dengan kepentingan para pemegang saham lainnya. Sedangkan manajer yang tidak memiliki saham ada kemungkinan memiliki kepentingan sendiri yang tidak sejalan dengan para pemegang saham.

Kepemilikan manajerial menunjukkan adanya peran ganda seorang manajer, yakni manajer bertindak juga sebagai pemegang saham. Sebagai seorang manajer sekaligus pemegang saham, sehingga seorang manajer tidak ingin perusahaan mengalami kesulitan keuangan atau bahkan kebangkrutan. Kesulitan keuangan atau kebangkrutan usaha akan merugikan ia baik sebagai manajer atau sebagai pemegang saham. Sebagai manajer akan kehilangan insentif dan sebagai pemegang saham akan kehilangan return bahkan dana yang diinvestasikannya.

Kepemilikan manajemen berperan sebagai pihak yang menyatukan kepentingan antara manajer dengan pemegang saham. Peningkatan kepemilikan manajerial membantu untuk menghubungkan kepentingan pihak internal dan pemegang saham, dan mengarah ke pengambilan keputusan yang lebih baik dan meningkatnya nilai perusahaan. Dengan demikian, aktivitas perusahaan dapat diawasi melalui kepemilikan manajerial yang besar (Endraswati, 2012:8). Kepemilikan institusional yang diartikan sebagai kepemilikan saham perusahaan oleh

institusi atau lembaga tertentu (Tarjo, 2008:27). Kepemilikan institusional dapat meningkatkan nilai perusahaan, dengan memanfaatkan informasi, serta dapat mengatasi konflik keagenan karena dengan meningkatnya kepemilikan institusional maka segala aktivitas perusahaan akan diawasi oleh pihak institusi atau lembaga. Tingginya jumlah kepemilikan institusional akan meningkatkan sistem kontrol perusahaan yang ditujukan guna meminimalisasi tingkat kecurangan akibat tindakan oportunistik pihak manajer yang nantinya dapat mengurangi nilai perusahaan. Peningkatan jumlah kepemilikan institusional ini juga ditujukan agar setiap aktivitas yang dilakukan diarahkan pada pencapaian nilai perusahaan yang tinggi (Haruman, 2008:48).

Komisaris independen dalam struktur organisasi biasanya beranggotakan dewan komisaris yang berasal dari luar perusahaan yang berfungsi untuk menyeimbangkan dalam pengambilan keputusan. Komisaris independen dapat bertindak sebagai penengah dalam perselisihan yang terjadi diantara para manajer internal dan mengawasi kebijakan manajemen serta memberikan nasihat kepada manajemen.

Pemegang saham institusional memiliki arti penting dalam memonitor manajemen, dengan adanya kepemilikan saham oleh institusional seperti perusahaan asuransi, bank, perusahaan-perusahaan investasi dan kepemilikan oleh institusi-institusi lain tentunya akan mendorong peningkatan pengawasan yang lebih optimal.

Nilai perusahaan tidak hanya diukur dari tingkat perolehan harga pasar sahamnya saja. Berbagai penelitian menyimpulkan bahwa terdapat banyak faktor yang mempengaruhi tinggi rendahnya nilai suatu perusahaan. Beberapa faktor tersebut adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* . Pada saat banyak perusahaan menjadi semakin berkembang, maka pada saat itu pula kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan sekitarnya dapat terjadi, karena itu muncul pula kesadaran untuk mengurangi dampak negatif ini. Banyak perusahaan swasta kini

mengembangkan apa yang disebut *Corporate Sosial Responsibility (CSR)*. Penerapan CSR tidak lagi dianggap sebagai *cost*, melainkan investasi perusahaan (Erni, 2007:12).

Kesuksesan suatu perusahaan banyak ditentukan oleh karakteristik strategis dan manajerial perusahaan tersebut. Strategi tersebut diantaranya juga mencakup strategi penerapan sistem good corporate governance dalam perusahaan. Indikator Good Corporate Governance meliputi Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, dan Dewan Komisaris Independen. Indikator Good Corporate Governance ini akan meningkatkan pengawasan bagi perusahaan menuju ke arah yang lebih baik. Diharapkan juga bahwa *Good Corporate Governance* dapat meningkatkan Nilai Perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan ini dapat tercapai apabila ada kerja sama antara manajemen perusahaan dengan pihak lain yang meliputi shareholder maupun stakeholder dalam membuat keputusan-keputusan keuangan dengan tujuan memaksimumkan modal kerja yang dimiliki. Apabila tindakan antara manajer dengan pihak lain tersebut berjalan sesuai, maka masalah diantara kedua belah pihak tersebut tidak akan terjadi. Dalam kenyataan penyatuan kepentingan kedua pihak tersebut sering kali menimbulkan masalah. Adanya masalah diantara manajer dan pemegang saham disebut masalah agensi (*agency problem*). Adanya *agency problem* tersebut akan menyebabkan tidak tercapainya tujuan keuangan perusahaan, yaitu meningkatkan nilai perusahaan dengan cara memaksimumkan kekayaan pemegang saham. Untuk itu diperlukan sebuah control dari pihak luar dimana peran monitoring dan pengawasan yang baik akan mengarahkan tujuan perusahaan sebagaimana mestinya.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penelitian ini mengambil judul **"Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan" (Studi Kasus Pada Perusahaan Counsumer Goods yang terdaftar di BEI).**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penelitin ini akan menganalisa tentang pengaruh kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan Sehingga dalam penelitian ini rumusan masalahnnya yaitu sebagai berikut:

1. Apakah kepemilikan manajerial berpengaaruh terhadap nilai perusahaan ?
2. Apakah kepemilikan institusionall berpengaaruh terhadap nilai perusahaan ?
3. Apakah *corporate social responsibility* berpengaaruh terhadap nilai perusahaan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan secara empiris.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan secara empiriss.
3. Untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan secara empiris

1.4 Manfaat Penelitian

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

1. Diharapkan penelitian ini dapat memberi manfaat kontribusi dalam pengembangan teori, terutama yang berkaitan dengan praktik pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan.

2. penelitian ini diharapkan membantu untuk mengembangkan, mengubah, menjelaskan standar yang berlaku guna mencapai pasar modal yang efisien dan perlunya informasi yang diungkap dalam laporan tahunan.
3. Diharapkan haasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi akademi dan civitas di masa yang akan datang.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori Keagenan

Teori keagenan atau teori agensi adalah teori yang menjelaskan tentang hubungan kerja antara pemilik perusahaan (pemegang saham) dan manajemen. Menurut teori agensi, pihak prinsipal (pemilik) merupakan pihak yang menyediakan dana serta fasilitas untuk menjalankan perusahaan, sedangkan manajemen (agen) merupakan pihak yang memiliki kewajiban untuk mengelola dana pemilik yang diinvestasikan. Pemilik menginvestasikan dananya di perusahaan dengan tujuan memperoleh dividen atau pembagian laba, pemilik sangat mengharapkan *return* yang tinggi atas investasinya. Pihak manajemen akan memperoleh gaji dan kompensasi atas kinerja yang telah dilakukan untuk mengelola perusahaan. Pihak manajemen wajib memberikan laporan keuangan secara periodik pada pihak pemilik tentang usaha yang dijalankannya.

Perusahaan dipandang sebagai sekumpulan kontrak antara manajer perusahaan dan pemegang saham. Prinsipal atau pemilik perusahaan menyerahkan pengelolaan perusahaan terhadap pihak manajemen. Manajer sebagai pihak yang diberi wewenang atas kegiatan perusahaan dan berkewajiban menyediakan laporan keuangan akan cenderung untuk melaporkan sesuatu yang memaksimalkan utilitasnya dan mengorbankan kepentingan pemegang saham. Sebagai pengelola perusahaan, manajer akan lebih banyak mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan dibandingkan pemilik (pemegang saham). Manajer berkewajiban memberikan sinyal mengenai kondisi perusahaan kepada pemilik sebagai wujud dari tanggung atas pengelolaan perusahaan namun informasi yang disampaikan terkadang diterima tidak sesuai dengan kondisi perusahaan sebenarnya sehingga hal ini memacu terjadinya konflik keagenan.

Dalam kondisi yang demikian ini dikenal sebagai informasi yang tidak simetris atau asimetri informasi (*information asymmetric*) (Imanda dan Nasir, 2006:7).

Pada dasarnya pihak manajer harus mengelola perusahaan dengan sebaik mungkin sehingga nilai perusahaan dapat meningkat, serta dapat menciptakan kesejahteraan bagi pemilik perusahaan yang dikelola. Kewenangan yang diterima manajer dari pemilik perusahaan untuk mengelola dan menjalankan perusahaan membawa konsekuensi logis yang harus dijalankan manajer dan pemilik perusahaan. Manajer mempunyai kewajiban untuk meningkatkan kesejahteraan pemilik namun disisi lain manajer juga memiliki keinginan untuk memaksimalkan kesejahteraannya. Pemilik juga memiliki kewajiban untuk memberikan kompensasi atas kinerja yang telah dilakukan manajer, terlebih ketika manajer telah berhasil mencapai apa yang diinginkan pemilik. Pada kenyataannya setiap pihak hanya berupaya memaksimalkan kesejahteraannya dengan mengorbankan kesejahteraan orang lain.

Eisenhardt (dikutip oleh Ujiyantho dan Pramuka, 2008:10), menggunakan tiga asumsi sifat dasar manusia guna menjelaskan tentang teori agensi yaitu: (1) manusia pada umumnya mementingkan diri sendiri (*self interest*), (2) manusia memiliki daya pikir terbatas mengenai persepsi masa mendatang (*bounded rationality*), dan (3) manusia selalu menghindari resiko (*risk averse*). Berdasarkan asumsi sifat dasar manusia tersebut manajer sebagai manusia kemungkinan besar akan bertindak berdasarkan sifat *opportunistic*, yaitu mengutamakan kepentingan pribadinya. Menurut Jensen dan Meckling (1976) dalam Kusumaningtyas (2015:12), adanya masalah keagenan memunculkan biaya agensi yang terdiri dari:

1. *The monitoring expenditure by the principle*, yaitu biaya pengawasan yang dikeluarkan oleh prinsipal untuk mengaawasi perilaku dari agen dalam mengelola perusahaan.

2. *The bounding expenditure by the agent (bounding cost)*, yaitu biaya yang dikeluarkan oleh agen untuk menjamin bahwa agen tidak bertindak yang merugikan prinsipal.
3. *The Residual Loss*, yaitu penurunan tingkat utilitas prinsipal maupun agen karena adanya hubungan agensi.

Konlik antara manajer dan pemegang saham atau yang sering disebut dengan masalah keagenan dapat diminimumkan dengan suatu mekanisme pengawasan yang dapat mensejajarkan kepentingan-kepentingan tersebut sehingga timbul biaya keagenan (agency cost). Ada beberapa alternatif untuk mengurangi agency cost, diantaranya adanya kepemilikan saham oleh institusional dan kepemilikan saham oleh manajemen (Tendi Haruman, 2008:20).

2.2 Kepemilikan Manajerial

Menurut Jensen dan Meckling (dalam Kusumaningtyas, 2015:19) menyatakan bahwa mekanisme untuk mengatasi konflik keagenan antara lain meningkatkan kepemilikan insider (insider ownership) sehingga dapat mensejajarkan kepentingan pemilik dengan manajer. Kepemilikan manajerial adalah besarnya saham yang dimiliki manajemen dari total saham yang beredar. Kepemilikan saham yang besar dari segi nilai ekonomisnya memiliki insentif menyelaraskan kepentingan manajemen dan principal. Kepemilikan manajerial juga dapat dikatakan sebagai situasi yang didalamnya manajer sekaligus sebagai pemegang saham perusahaan yang ditunjukkan dengan persentase kepemilikan saham perusahaan oleh manajer.

Kepemilikan manajerial adalah kondisi yang menunjukkan bahwa manajer memiliki saham dalam perusahaan atau manajer tersebut sekaligus sebagai pemegang saham perusahaan (Rustiarini, 2011:23). Pihak tersebut adalah mereka yang duduk di dewan komisaris dan dewan direksi perusahaan. Keberadaan manajemen perusahaan mempunyai latar belakang yang berbeda, antara lain: pertama, mereka mewakili pemegang saham institusi, kedua, mereka adalah

tenaga- tenaga professional yang diangkat oleh pemegang saham dalam Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Ketiga, mereka duduk di jajaran manajemen perusahaan karena turut memiliki saham. Berdasarkan teori keagenan, hubungan antara manajemen dengan pemegang saham, rawan untuk terjadinya masalah keagenan. Teori keagenan menyatakan bahwa salah satu mekanisme untuk memperkecil adanya konflik agensi dalam perusahaan adalah dengan memkasimalkan jumlah kepemilikan manajerial. Dengan menambah jumlah kepemilikan manajerial, maka manjemen akan merasakan dampak langsung atas setiap keputusan yang mereka ambil karena mereka menjadi pemilik perusahaan (Jensen dan Meckling 1976:85).

Kepemilikan manajemen adalah proporsi pemegang saham dari pihak manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan perusahaan (direktur dan komisaris) (Diyah dan Erman, 2009:17). Dengan adanya kepemilikan manajemen dalam sebuah perusahaan akan menimbulkan dugaan yang menarik bahwa nilai perusahaan meningkat sebagai akibat kepemilikan manajemen yang meningkat. Kepemilikan oleh manajemen yang besar akan efektif memonitoring aktivitas perusahaan. Kepemilikan manajerial menunjukkan bahwa adanya peran ganda seorang manajer, yakni manajer bertindak juga sebagai pemegang saham. Sebagai seorang manajer dan sekaligus pemegang saham, ia tidak ingin perusahaan mengalami kesulitan keuangan atau bahkan kebangkrutan. Kesulitan keuangan atau kebangkrutan usaha akan merugikan ia baik sebagai manajer atau sebagai pemegang saham. Sebagai manajer akan kehilangan insentif dan sebagai pemegang saham akan kehilangan *return* bahkan dana yang diinvestasikannya.

2.3 Kepemilikan Institusional

Kepemilikan institusional adalah besarnya jumlah saham yang dimiliki institusi dari total saham beredar. Adanya kepemilikan institusional dapat memantau secara profesional

perkembangan investainya sehingga tingkat pengendalian terhadap manajemen sangat tinggi yang pada akhirnya dapat menekan potensi kecurangan. Pemegang saham institusional diantaranya mencakup perusahaan, asuransi, dana pensiun, dan reksadana. Faisal (2005:18) menyatakan bahwa semakin besar kepemilikan institusional maka semakin efisien pemanfataan asset perusahaan dan dilakukan oleh manajemen. Menurut Tarjo (2008:7) bahwa kepemilikan institusional berpengaruh signifikan terhadap nilai pemegang saham. Hal ini berarti menunjukkan, bahwa kepemilikan institusional menjadi mekanisme yang handal sehingga mampu memotivasi manajer dalam meningkatkan kinerjanya yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham oleh pihak-pihak yang berbentuk institusi seperti yayasan, bank, perusahaan asuransi, perusahaan investasi, dana pensiun, perusahaan berbentuk perseroan (PT), dan institusi lainnya. Institusi biasanya dapat menguasai mayoritas saham karena mereka sumber daya yang lebih besar dibandingkan dengan pemegang saham lainnya. Oleh karena menguasai saham mayoritas, maka pihak institusional dapat melakukan pengawasan terhadap kebijakan manajemen secara lebih kuat dibandingkan dengan pemegang saham lainnya.

Menurut Jensen dan Meckling (1976:45), salah satu cara untuk mengurangi agency cost adalah dengan meningkatkan kepemilikan institusional yang berfungsi untuk mengawasi agen. Dengan kata lain, akan mendorong pengawasan yang optimal terhadap kinerja manajemen. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan persentase kepemilikan institusional dapat menurunkan persentase kepemilikan manajerial karena kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional bersifat saling menggantikan sebagai fungsi monitoring (Suranta dan Machfoedz, 2003:11).

Peningkatan kepemilikan institusional menyebabkan pengawasan yang ketat terhadap kinerja manajemen sehingga secara otomatis manajemen akan menghindari perilaku yang merugikan prinsipal. Semakin besar kepemilikan institusional maka semakin kuat kendali yang dilakukan pihak eksternal terhadap perusahaan.

2.4 *Corporate Social Responsibility*

Menurut Suharto (2007,16) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan operasi bisnis yang berkomitmen tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara finansial, melainkan pula untuk pembangunan sosial ekonomi kawasan secara holistik, melembaga dan berkelanjutan. Dalam konteks pemberdayaan, *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan bagian dari polisi perusahaan yang dijalankan secara profesional dan melembaga.

Menurut Wibisono (2007,7:15) *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas, bersaman dengan peningkatan taraf hidup pekerja beserta keluarganya. Lebih lanjut, menurut Edi (2009,105:13) *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah "kepedulian perusahaan yang menyisihkan sebagian keuntungannya (profit) bagi kepentingan pembangunan manusia *(people)* dan lingkungan. *Corporate social responsibility (CSR)* atau pertanggung-jawaban sosial perusahaan adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan stakeholders, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum (Darwin, 2004 dalam Kusumadilaga, 2010:28).

Corporate social responsibility merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk kontribusi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Dengan adanya praktik *Corporate Social Responsibility* maka diharapkan nilai perusahaan akan baik dimata masyarakat. Perusahaan besar dan memiliki biaya keagenan yang lebih besar tentu akan mengungkapkan informasi yang lebih luas hal ini dilakukan untuk mengurangi biaya keagenan yang dikeluarkan (Martina, 2012:17).

Menurut Daniri (2007) dalam Rahayu (2010:9), CSR lahir dari desakan masyarakat atas perilaku perusahaan yang biasanya selalu fokus untuk memaksimalkan laba, menyejahterakan para pemegang saham., dan mengabaikan tanggung jawab sosial seperti perusakan lingkungan, eksploitasi sumber daya alam, dan lain sebagainya. Pada intinya, keberadaan perusahaan berdiri secara berseberangan dengan kenyataan kehidupan sosial. Konsep dan praktik CSR saat ini bukan lagi dipandang sebagai suatu cost center tetapi juga sebagai suatu strategi perusahaan yang dapat memacu dan menstabilkan pertumbuhan usaha secara jangka panjang. Oleh karena itu penting untuk mengungkapkan CSR dalam perusahaan sebagai wujud pelaporan tanggung jawab sosial kepada masyarakat.

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama 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. Perusahaan besar memilki biaya keagenan yang

lebih besar tentu akan mengungkapkan informasi yang lebih luas hal ini dilakukan untuk mengurangi biaya keagenan yang dikeluarkan (Kusumadilaga, 2010:14).

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 (*sustainable development*). *Sustainability Reporting* meliputi pelaporan mengenai ekonomi, lingkungan dan pengaruh sosial terhadap kinerja organisasi (ACCA, 2004 dalam Kusumadilaga, 2010:18). *Sustainability report* harus menjadi dokumen strategik yang berlevel tinggi yang menempatkan isu, tantangan dan peluang *Sustainability Development* yang membawanya menuju kepada *core business* dan sektor industrinya.

Dalam gagasan tanggung jawab sosial, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada single bottom line, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja. Tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines*. Disini bottom lines lainnya, selain finansial adalah sosial dan lingkungan. Kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (sustainable). Keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup (Handoko, 2010:4). Menurut Teguh (2006:56), menyebutkan program - program *Corporate Social Responsibility* dapat dikelompokkan atas tiga aspek, yaitu:

a. Program Sosial, merupakan program perusahaan yang melakukan kegiatan kedermawanan untuk membangun masyarakat dan meningkatkan taraf hidup manusia. Program sosial terdiri dari berbagai macam program yang dapat dijalankan oleh

perusahaan, diantaranya: sumbangan kepada korban bencana alam, sumbangan kepada pesantren dan panti asuhan, beasiswa pendidikan, dan pelayanan kesehatan umum.

b. Program Lingkungan, merupakan program perusahaan yang bertujuan untuk menjaga ekosistem dan lingkungan agar terjaga dari kerusakan dan meminimalisir terjadinya polusi akibat dari aktivitas perusahaan. Program lingkungan memiliki berbagai program yang dapat dijalankan oleh perusahaan, yaitu penanaman pohon, kampanye lingkungan hidup, dan menghasilkan produk yang ramah lingkungan.

c. Program Ekonomi, Program ekonomi merupakan program perusahaan yang melakukan tindakan untuk terjun langsung di dalam masyarakat untuk membantu memperkuat ketahanan ekonomi dan menjadikan masyarakat yang tangguh dan mandiri. Pada saat ini perusahaan pada aktivitasnya tidak lagi berusaha untuk meningkatkan nilai keuntungan sebesar-besarnya, akan tetapi harus dapat memberikan kemajuan ekonomi bagi para stakeholdernya.

2.5 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai nilai pasar, seperti halnya penelitian yang pernah dilakukan oleh (Nurlela dan Islahuddin, 2008:25), karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi kemakmuran pemegang saham. Untuk mencapai nilai perusahaan umumnya para pemodal menyerahkan pengelolaannya kepada para profesional. Para profesional diposisikan sebagai manajer ataupun komisaris (Nurlela dan Islahuddin, 2008).

Menurut Samuel (2000) dalam Kusumadilaga (2010:38) menjelaskan bahwa enterprise value (EV) atau dikenal juga sebagai firm value (nilai perusahaan) merupakan konsep penting

bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Sedangkan menurut Wahyudi (2005) dalam Kusumadilaga (2010:39) menyebutkan bahwa nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli andai perusahaan tersebut dijual. Dalam penilaian perusahaan terkandung unsur proyeksi, asuransi, perkiraan, dan judgment. Ada beberapa konsep dasar penilaian yaitu: nilai ditentukan untuk suatu waktu atau periode tertentu; nilai harus ditentukan pada harga yang wajar; penilaian tidak dipengaruhi oleh kelompok pembeli tertentu. Secara umum banyak metode dan teknik yang telah dikembangkan dalam penilaian perusahaan, di antaranya adalah: a) pendekatan laba antara lain metode rasio tingkat laba atau price earning ratio, metode kapitalisasi proyeksi laba; b) pendekatan arus kas antara lain metode diskonto arus kas; c) pendekatan dividen antara lain metode pertumbuhan dividen; d) pendekatan aktiva antara lain metode penilaian aktiva; e) pendekatan harga saham; f) pendekatan economic value added (Suharli, 2006:11).

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 (Rahayu, 2010:12). Rasio-rasio keuangan dapat untuk mengetahui nilai pasar perusahaan yang dapat memberikan indikasi bagi manajemen mengenai penilaian para investor di masa lalu dan prospeknya di masa mendatang (Martina, 2012:7). Ada beberapa rasio yang dapat digunakan untuk mengukur nilai pasar perusahaan, salah satunya adalah Price to Book Value.

Menurut Hermawati (2010) Price to Book Value (PBV) adalah angka rasio yang menjelaskan seberapa kali seorang investor bersedia membayar sebuah saham untuk setiap nilai buku per sahamnya. PBV diperoleh dengan cara perbandingan nilai pasar yang diukur dengan

harga saham penutupan, terhadap nilai buku (book value) memberikan penilaian akhir dan mungkin yang paling menyeluruh atas status pasar saham perusahaan. Book Value dihitung dengan membagi nilai bersih (net worth) perusahaan dengan jumlah yang beredar. Nilai bersih adalah selisih antara total aktiva dengan total kewajiban (liabilities) suatu perusahaan (Handoko, 2010:66). Rasio ini mengukur nilai yang diberikan pasar keuangan kepada manajemen dan organisasi perusahaan sebagai sebuah perusahaan yang terus tumbuh. Semakin tinggi PBV berarti pasar percaya akan prospek perusahaan tersebut.

Menurut Sudiyanto dan Puspitasari (2010,10:46) Tobin's Q adalah indikator untuk mengukur kinerja perusahaan, khususnya tentang nilai perusahaan, yang menunjukkan suatu proforma manajemen dalam mengelola aktiva perusahaan. Nilai Tobin's Q menggambarkan suatu kondisi peluang investasi yang dimiliki perusahaan atau potensi pertumbuhan perusahaan. Rasio ini dinilai bisa memberikan informasi paling baik, karena dalam Tobin's Q memasukkan semua unsur hutang dan modal saham perusahaan, tidak hanya saham biasa saja dan tidak hanya ekuitas perusahaan yang dimasukkan namun seluruh asset perusahaan. Dengan memasukkan seluruh asset perusahaan berarti perusahaan tidak hanya terfokus pada satu tipe investor saja yaitu investor dalam bentuk saham namun juga untuk kreditur karena sumber pembiayaan operasional perusahaan bukan hanya dari ekuitasnya saja tetapi juga dari pinjaman yang diberikan oleh kreditur (Sukamulja, 2004:23).

Jadi semakin besar nilai Tobin's Q menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik. Hal ini dapat terjadi karena semakin besar nilai pasar asset perusahaan dibandingkan dengan nilai buku asset perusahaan maka semakin besar kerelaan investor untuk mengeluarkan pengorbanan yang lebih untuk memiliki perusahaan tersebut (Sukamulja, 2004:25).

2.6 Penelitian Terdahulu

Berikut merupakan beberapa penelitian yang relevan untuk mendukung penelitian yang akan dilakukan oleh Titah Kinanti Kusumaningtyas (2015:18) mengenai Pengaruh Good Corporate Governance terhadap nilai perusahaan yang terdaftar pada indeks Sri Kehati. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, Kepemilikan Manajerial diperoleh signifikansi t sebesar 0,062 > α = 5%. Hal ini berarti bahwa Kepemilikan Manajerial tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Kepemilikan Institusional diperoleh signifikansi t sebesar 0,018 < α = 5%. Hal ini berarti bahwa Kepemilikan Institusional berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Komposisi Komisaris Independen diperoleh signifikansi t sebesar 0,158 > α = 5%. Hal ini berarti bahwa Komisaris Independen tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Jensen Meckling (1976:102) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa struktur kepemilikan mempengaruhi nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Siallagan dan Machfoedz (2006) menyimpulkan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan yang diukur dengan Tobin's Q.

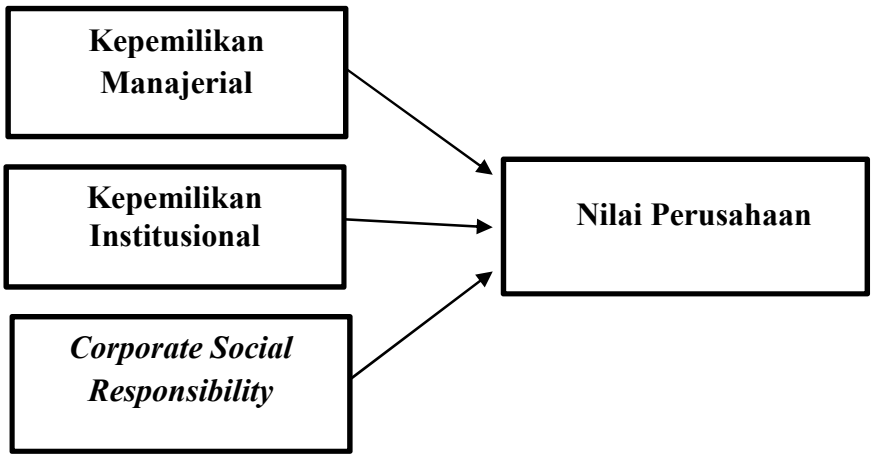
Penelitian yang dilakukan oleh Wahyudi dan Pawesti (2006:9) tentang implikasi struktur kepemilikan terhadap nilai perusahaan dengan keputusan keuangan sebagai variabel intervening dengan sampel perusahaan non keuangan yang terdaftar di BEJ tahun 2003 dan tahun 2002 sebagai komperasinya yang menemukan bahwa kepemilikan manajemen berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Rika Nurlela dan Islahuddin (2008:14) menguji pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan persentase kepemilikan

manajemen sebagai variabel moderating menemukan bahwa *corporate social responsibility*, persentase kepemilikan, serta interaksi antara *corporate social responsibility* dengan persentase kepemilikan manajemen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.7 Kerangka Konsep

Berdasarkan landasan teori, penelitian terdahulu, dan hipotesis yang telah dirumuskan, maka kerangka penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1
Kerangka Model Penelitian

2.8 Perumusan Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. H1: Kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
2. H2: Kepemilikan institusional berpengaruh terhadap nilai perusahaan
3. H3: *Corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

4. H4: Kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional dan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data

Berdasarkan sumbernyadata penelitian dapat dikelompokkan dalam dua jenis yaitu data primer dan data skunder. Dalam penelitian ini penulis menggunakan data skunder. Sumber data yag digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari laporan tahunan perusahaan *Consumer Goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2017-2019 atau dapat dilihat pada situs resminya yaitu www.idx.co.id.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2012:297), "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunya kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya". Populasi dalam penelitian ini adalah Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan *Consumer Goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2018.Total populasi yaitu 26 perusahaan

3.2.2 Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian atau wakil populasi yang diteliti. Sampel merupakan sebagian dari populasi yang memiliki karakteristik yang relatif sama dan dianggap bisa mewakili populasi (Arikunto, 2015:34). Penelitian ini menggunakan data time series selama 3 tahun (t = 3) yakni dari tahun 2017 sampai dengan tahun 2019, sedangkan data cross section dalam penelitian ini adalah 26 perusahaan (n = 26), sehingga total data yang digunakan dalam penelitian ini adalah 26 x 3 = 78 data.

3.3 Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini di gunakan 4 variabel, yaitu:

a) Variabel bebas (X_1) adalah kepemlikian manajerial.

b) Variabel bebas (X_2) adalah kepemlikian institusional.

c) Variabel bebas (X_3) adalah *corporate social responsibilit.y*

d) Variabel terikat (Y) adalah nilai perusahaan.

Tabel 1
Variabel Penelitian

No.	Variabel Penelitian	Indikator	Skala
1	Kepemilikan manajerial adalah kepemilikan saham oleh manajemen perusahaan yang diukur dengan persentase jumlah saham yang dimiliki oleh manajemen (Sujono dan Soebiantoro dalam Kusumaningtyas (2015). Indikator yang digunakan untuk mengukur kepemilikan manajerial adalah persentase jumlah saham yang dimiliki pihak manajemen dari seluruh modal saham perusahaan yang beredar:	$KM = \frac{\text{Saham yang dimiliki manajer}}{\text{jumlah saham beredar}}$	*Nominal*
2	Kepemilikan Institusional adalah kepemilikan saham oleh pemerintah, institusi keuangan, institusi berbadan hukum, institusi luar negeri, dana perwalian dan institusi lainnya pada akhir tahun. Indikator yang digunakan untuk mengukur kepemilikan manajerial adalah persentase jumlah	$KI = \frac{kepemilikan\ instiusional}{jumlah\ saham\ beredar}$	*Nominal*

	saham yang dimiliki pihak institusional dari seluruh modal saham perusahaan yang beredar:		
3.	*Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (Untung, 2008).	$\text{CSRDIj} = \frac{\Sigma \text{Xij}}{nj}$ CSRDIJ:Corporate Social Responsibility disclosure index perusahaan j ∑Xij : Jumlah item yang diungkapkan Nj : Jumlah item yang seharusnya diungkapkan oleh perusahaan (78 item)	Rasio
4.	Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli andai perusahaan tersebut dijual. Dalam penilaian perusahaan terkandung unsur proyeksi, asuransi, perkiraan, dan *judgment.*	$\text{PBV} = \frac{harga\ saham}{nilai\ buku\ saham\ (BV)}$ $\text{BV} = \frac{TA - TL}{saham\ beredar\ (SB)}$ PBV= Price to Book Value/ Nilai perusahaan BV = Book Value/ Nilai buku saham TA = Total Aset TL = Total Liabilities SB = Saham Beredar	Rasio

Sumber: Wardani dan Hermuningsih (2011) X_1, Jensen dan Meckling (1976) X_2 Sembiring (2005) X_3, (Handoko, 2010) Y

3.4 Metode Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan mengumpulkan data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder (Bungin, 2013:128). Pengumpulan data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari publikasi berbagai

instansi terkait yang diambil dari website instansi tersebut dan juga dari website-sebsite lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini seperti laporan tahunan perusahaan. Studi pustaka menggunakan berbagai literatur seperti jurnal, artikel, dan literatur lain yang berhubungan dengan pembahasan dalam penelitian ini.

3.5 Metode Analisis Data Panel

Penelitian ini menggunakan alat analisis regresi data panel. Data panel merupakan gabungan data *time series* dengan *cross section*. Dengan kata lain, data panel adalah data yang diperoleh dari data *cross section* yang diobservasi berulang pada unit objek yang sama pada waktu yang berbeda. Dengan demikian, akan diperoleh gambaran tentang perilaku beberapa objek tersebut selama beberapa periode waktu (Tarigan, 2012:45).

Menurut Baltagi (dalam Gujarati, 2012:78) data panel memiliki beberapa kelebihan yaitu:

1. Kombinasi observasi *time series* dan *cross section* membuat data panel memberikan data yang lebih informatif, lebih bervariasi dan kolinieritas lebih kecil antara variabel-variabel serta lebih efisien.
2. Data panel lebih cocok untuk mempelajari dinamika perubahan, dengan melihat hasil observasi dari *cross section*
3. Dampak yang secara sederhana tidak dapat dilihat pada data cross section murni maupun time series murni bisa dideteksi dengan data panel.
4. Data panel dapat memudahkan untuk mempelajari model perilaku yang rumit dan juga membuat data menjadi berjumlah ribuan unit.

Berikut ini merupakan beberapa teknik metode yang ditawarkan oleh regresi data panel dapat dipilih dengan beberapa uji diantaranya:

1. Uji *Chow*

Merupakan pengujian untuk menentukan model fixed effect atau Common Effect yang paling tepat digunakan dalam mengestimasi data panel. Apabila nilai F hitung lebih besar dari F kritis maka hipotesis nul ditolak yang artinya model yang tepat untuk regresi data panel adalah model *Fixed Effect*. Hipotesis yang dibentuk dalam Uji *Chow* adalah sebagai berikut :

H0 : *Common Effect Model*

H1 : *Fixed Effect Model*

Penentuan model yang baik mengikuti *Chi-Square* atau *F-test* dengan melihat apakah probabilitasnya (*p-value*) lebih besar atau lebih kecil dari alpha (α). Jika *p-value*> α (0,05), maka H0 diterima sehingga model mengikuti *Common* atau *Pooled* Apabila nilai p-value< α (0,05), maka H0 ditolak sehingga model mengikuti *Fixed Effect*.

2. Uji *Hausman*

Uji *Hausman* merupakan uji statistik yang digunakan untuk memilih apakah model *Fixed Effect atau Random Effect yang paling tepat digunakan. Adapun hipotesis dari pengujian uji Hausman adalah sebagai berikut:*

H0 : model mengikuti *Random Effect*

Ha : model mengikuti *Fixed Effect*

Penentuan model yang baik mengikuti *Chi-Square* statistik atau *Cross Section Random* dengan melihat apakah probabilitasnya *(p-value)* lebih besar atau lebih kecil dari *alpha (α) 0,05 atau 5%.* Jika *p-value> α (0,05),* maka *H0* diterima sehingga model mengikuti *Random Effect.* Apabila nilai *p-value< α (0,05),* maka *H0* ditolak sehingga model mengikuti *Fixed Effect.*

3. Uji *Langrage Multiplie (LM)*

Apabila dari uji *Chow* dan uji *Hausman* menunjukkan bahwa model *PLS & REM* yang terpilih, maka perlu dilakukan uji *Langrage Multiple (LM)* untuk mengetahui apakah model random effect atau common effect yang terpilih.

Adapun hipotesis dari pengujian uji LM adalah sebagai berikut:

H0 : model mengikuti Random Effect

H1 : model mengikuti Common Effect

Penentuan model yang baik mengikuti *Probabilitas Breush-Pagan* dengan melihat apakah probabilitasnya (p-value) lebih besar atau lebih kecil dari alpha (α). Jika p-value> α (0,05), maka H0 diterima sehingga model mengikuti *Random Effect.* Apabila nilai p-value< α (0,05), maka H0 ditolak sehingga model mengikuti *Common Effect.*

3.6 Uji Asumsi Klasik

Menurut Ghozali (2013:159) Pengujian asumsi klasik digunakan untuk membuktikan hipotesa yang dibentuk dalam penelitian ini yang dilakukan dengan menggunakan uji normalitas, multikolinearitas, auto korelasi dan uji heterokedasitas.

1). Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya apakah mempunyai distribusi normal atau tidak (Ghozali,2013:160). Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal pada grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan (Ghozali,2013:163) :

a. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Penelitian ini juga menggunakan uji *non – parametric kolmogorov- smirnov* untuk mengetahui signifikansi data yang terdistribusi normal disertai dengan normal probability plot sebagai pendukung kesimpulan pengujian. Dalam uji *kolmogorov-smirnov*, suatu data dikatakan normal jika nilai *asymptotic significant* lebih dari 0,05 (Ghozali, 2013:164).

2). Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi berganda ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau tidak (Ghozali,2013:105). Model yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang tinggi diantara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel – variabel ini tidak *orthogonal* (nilai korelasi tidak sama dengan nol). Uji multikolinieritas ini dapat dilihat dari nilai tolerance dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. *Tolerance* mengukur variabel bebas terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel lainnya. Multikolinieritas terjadi jika nilai tolerance <0,10 atau nilai VIF >10 (Ghozali,2013:106).

3). Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2016;107) Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Permasalahan ini muncul karena residual tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Model regresi yang baik adalah model regresi yang bebas dari autokorelasi. Utuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi adalah dengan menggunakan uji *Durbin Watson (DW)*. Uji ini digunakan dengan membandingkan nilai *Durbin Watson* dengan tabel *Durbin Watson.* Dalam tabel *Durbin Watson* terdapat nilai batas atas (du atau *upper bound*) dan nilai batas bawah (dl atau *lower bound*). Kriteria pengambilan kesimpulan dalam uji Durbin Watson yaitu :

1. Bila d<dL, berarti ada korelasi yang positif
2. Bila dL<d<dU, berarti tidak dapat diambil kesimpulan
3. Bila dU<d<4-dU, berarti ada korelasi yang positif maupun negatif
4. Bila 4-dU<d<4-dL, berarti tidak dapat diambil kesimpulan
5. Bila d>4-dL, berarti ada korelasi yang negatif.

4). Uji Heterokedastitas

Uji heterokesdasitas bertujuan untuk menguj apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokesdasitas, jika berbeda maka disebut heterokesdasita (Ghozali, 2016:138). Salah satu cara mendeteksi ada tidaknya gejala heterokesdasitas adalah dengan melihat pola tertentu pada grafik *Scatterplot*. Dasar analisis heterokesdasitas menurut Ghozali (2016) adalah :

1. Jika ada pola-pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan adanya gejala heterokesdasitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokesdasitas.

3.7 Uji Hipotesis

1). Uji t (Uji Statistik t)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi setiap variabel independen terhadap variabel dependen atau untuk menguji apakah koefisien regresi signifikan atau tidak.Uji ini juga digunakan untuk mengetahui pengaruh masing – masing variabel independen terhadap variabel dependen, apakah mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak.Variabel independen

dikatakan signifikan terhadap variabel dependen jika *p-value* kurang dari tingkat signifikan 5%.Dimana $t_{tabel} > t_{hitung}$ maka H_0 diterima, dan jika $t_{tabel} < t_{hitung}$ maka H_1 ditolak. Formula untuk uji t adalah sebagai berikut : Menurut Sugiyono (2015:269) rumus:

$$t = \frac{\boldsymbol{b_1}}{\boldsymbol{sb_1}}$$

Dimana :

b_1 = Nilai koefisien variabel independen

sb1 = Nilai standard error dari variabel independen

Menurut Ghazali (2013:98), uji T pada dasarnya bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Rumusan hipotesis yang digunakan yaitu:

Ho : variabel independen tidak berpengaruh signifikansi terhadap variabel dependen.

Ha : variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Adapun kriteria pengujiannya sebagai berikut: Ho diterima jika tingkat signifikansi > 0,05 Ha diterima jika tingkat signifikansi < 0,05 terikat.

2) Uji Simultan (Uji F)

Menurut Ghazali (2013:98), uji F pada dasarnya bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas atau independen yang di masukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat atau dependen.

Uji F ini dilakukan dengan menggunakan nilai signifikansi. Rumusan hipotesis sebagai berikut:

Ho : variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Ha : variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.

Adapun kinerja pengujiannya sebagai berikut:

Ho diterima jika tingkat signifikansi > 0,05

Ha diterima jika tingkat signifikansi < 0,05

3). Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Dari perhitungan r (korelasi) dapat dilihat hubungan variabel bebas positif atau negatif. Determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel bebas (X_1 dan X_2) terhadap variabel terikat (Y). Menurut Priyatno (2013:120) "Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen". Untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan variabel bebas terhadap variabel terikat, digunakan rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$$r^2 = \frac{b\left(n\sum X_i Y_i - \left(\sum X_i\right)\left(\sum Y_i\right)\right)}{n\sum Y_i^2 - \left(\sum Y_i\right)}$$

Dimana:

r^2 = Determinasi

b = Koefisien variabel bebas

X = Variabel bebas

Y = Variabel terikat

Untuk menghitung dan melihat besarnya pengaruh varibel X_1, X_2 dan X_3 terhadap variabel Y menggunakan *software* SPSS versi 20.