

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pemerintah Indonesia tengah serius berbenah di berbagai sector dengan gencarnya pembangunan infrastruktur hingga reformasi kebijakan. Hal tersebut dilakukan dalam upaya menjadikan Indonesia menjadi Negara ekonomi terbesar di dunia pada tahun 2045 mendatang (economy.okezone.com ). menanggapi hal diatas, Chairman Lippo Group Mochtar Riady mengatakan, perekonomian Indonesia yang terus berkembang akan berpengaruh terhadap sector property, karena menurutnya antara ptoperti dan ekonomi sangat erat kaitannya dan bersinggungan, dengan tumbuhnya ekonomi Indonesia, maka pendapatan semakin besar. Tentunya hal tersebut akan membuat minat masyarakat untuk membeli properti akan semakin besar (economy.okezone.com).

Berdirinya sebuah perusahaan harus memiliki tujuan yang jelas. Ada beberapa tujuan berdirinya sebuah perusahaan, tujuan yang pertama adalah untuk mencapai keuntungan maksimal. Tujuan yang kedua adalah ingin memakmurkan pemilik perusahaan atau para pemilik saham. Sedangkan tujuan yang perusahaan yang ketiga adalah memaksimalkan nilai perusahaan yang dapat tercerminkan pada harga saham perusahaan tersebut. Ketiga tujuan perusahaan tersebut sebenarnya secara substansial tidak banyak berbeda (Nugraha 2018).

Nilai perusahaan merupakan presepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. (Putrid an Fidiana, 2017). Nilai

perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kemakmuran bagi para pemegang saham, sehingga para pemegang saham akan menginvestasikan modalnya kepada perusahaan tersebut, karena mampu memberikan deviden yang benar untuk para investor. (Fenandar dan Surya, 2012). Para pemegang saham adalah pemilik perusahaan yang menginginkan agar nilai perusahaan terus meningkat sehingga dapat menunjukkan kemakmuran dari pemegang saham juga meningkat. Sedangkan untuk pihak kreditur nilai perusahaan berkaitan dengan likuiditas perusahaan, yaitu perusahaan dinilai mampu mengembalikan pinjaman yang diberikan oleh pihak kreditur (Gyska, 2017).

Memaksimalkan nilai suatu perusahaan adalah suatu tujuan yang sangat relevan dalam era persaingan bisnis yang ketat ini, terutama perusahaan-perusahaan yang sudah *go public*. Tujuan perusahaan-perusahaan *go public* dalam hal memaksimalkan nilai perusahaan adalah memaksimalkan dari saham perusahaan. Tercapai tidaknya tujuan ini dapat dilihat dan diukur dari harga saham perusahaan yang bersangkutan dari waktu ke waktu (Kasmir, 2010 : 8 dalam Saphira, 2019). Banyak faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, namun pada penelitian ini faktor yang akan dibahas adalah *Profitabilitas*, *Gross Profit Margin*, dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Profitabilitas hal yang sangat penting dalam perusahaan, dimana profitabilitas menunjukkan tingkat kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Profitabilitas sering digunakan untuk mengukur efisiensi penggunaan modal dalam suatu perusahaan dengan membandingkan antara laba dengan modal yang digunakan dalam operasi. Perusahaan selalu mengharapkan peningkatan pada

profitabilitasnya, jika keuntungan perusahaan meningkat secara teratur maka perusahaan tersebut dapat mengelola aktiva secara efektif dan efisien, sehingga mampu menghasilkan profitabilitas yang tinggi. Hal ini perlu diperhatikan agar kepentingan para investor tetap tertarik untuk memberikan modalnya pada perusahaan, dengan tujuan untuk memaksimalkan kinerja perusahaan. Karena pada dasarnya masyarakat luas mengukur keberhasilan perusahaan dari kinerja keuangan.

Wiwin (2014) Profitabilitas akan memberikan jawaban akhir tentang efektifitas manajemen perusahaan, dan rasio ini memberikan gambaran tentang tingkat efektivitas pengelolaan perusahaan. Profitabilitas perusahaan adalah salah satu cara untuk menilai secara tepat sejauh mana tingkat pengembaliannya yang akan didapat dari aktivitas investasinya. Pengembalian tersebut tentu saja tergambar jelas dari performa perusahaan. Rasio profitabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Return on Asset* (ROA).

ROA adalah rasio keuntungan bersih setelah pajak terhadap rata-rata jumlah asset secara keseluruhan . ROA mengidentifikasi seberapa efisien manajemen dalam menggunakan asset yang dimiliki untuk menghasilkan laba (Cahya dan Riwoe, 2018). ROA menunjukkan seberapa banyak perusahaan telah memperoleh hasil atas sumber daya yang ditanamkan perusahaan sehingga digunakan ROA karena ROA dalam analisis merupakan salah satu teknik yang bersifat menyeluruh dan lazim digunakan untuk mengukur tingkat efektivitas dari keseluruhan operasi perusahaan ( Sintyana dan Artini, 2019). Penggunaan ROA

dalam penelitian ini dikarekan ROA dapat menunjukkan efisiensi operasional suatu perusahaan sehingga dapat menunjukkan kinerja perusahaan.

*Gross profit margin* merupakan persentase dari laba kotor (*sales-cost of good sold*) dibandingkan dengan *sales* (Syamsudin, 2009:59). Semakin besar *gross profit margin* semakin baik keadaan operasi perusahaan, karena hal ini menunjukkan bahwa *cost of good sold* relative lebih rendah dibandingkan dengan *sales*. Demikian pula sebaliknya, semakin rendah *gross profit margin*, semakin kurang baik operasi perusahaan.

*Gross profit margin* mencerminkan atau menggambarkan laba kotor yang dapat dicapai setiap rupiah penjualan, atau bila ratio ini dikurangkan terhadap angka 100% maka akan menunjukkan jumlah yang tersisa untuk menutup biaya operasi dan laba dan laba bersih.

Setiap perusahaan pasti tidak terlepas dari masyarakat dan lingkungan sekitarnya, krena perusahaan dan lingkungan sekitarnya, karena perusahaan dan lingkungan sekitar menciptakan hubungan timbale balik yang seharusnya bisa saling menguntungkan. Perusahaan membutuhkan suatu respon yang positif dari masyarakat yang dapat diperoleh melalui apa yang dilakukan oleh perusahaan kepada masyarakat. CSR adalah gagasan yang membuat perusahaan tidak hanya bertanggung jawab dalam hal keuangannya saja, tetapi juga terhadap masalah sosial dan lingkungan sekitar perusahaan agar perusahaan dapat terus berjalan tanpa ada protes atau masalah yang timbul karena kurang memperhatikan lingkungan.

Hendriksen (dalam Nurlala dan Islahuddin, 2008) mendefinisikan pengungkapan (*disclosure*) sebagai penyajian sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian secara optimal pasar modal efisien. Pertanggungjawaban sosial perusahaan yang diungkapkan perusahaan adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan (*sustainability development*).

*Corporate Social Responsibility* ( CSR ) merupakan klaim stakeholder agar perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingan para pemegang saham (*stakeholder*), tapi juga untuk kemaslahatan pihak *stakeholder* dalam praktik bisnis, yaitu para pekerja, komunitas local, pemerintah, lembaga swadaya masyarakat (LSM), konsumen, dan lingkungan. Hal ini telah diatur dalam Undang – undang Nomor 40 Pasal 74 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (selanjutnya disingkat UUPT). Undang – undang menjelaskan bahwa setiap kegiatan usaha di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab social dan lingkungan (Agus,dkk.2017).

Dengan adanya perundang-undangan tersebut, tanggung jawab perusahaan tidak hanya sekedar tanggung jawab ekonomi yaitu bagaimana memaksimalkan laba untuk memaksimalkan nilai ekuitas pemegang saham tetapi juga harus bertanggung jawab secara social dan secara lingkungan, Alasannya karena masyarakat dan lingkungan merupakan pilar utama penopang kinerja dan keberlanjutan bisnis suatu perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung. Karena itu, perusahaan perlu menyeimbangkan tanggung jawab

ekonomi dan tanggung jawab social dan lingkungannya sehingga bisa menghasilkan laba yang berkualitas atau laba yang ramah secara social dan lingkungan (*green profit*) dan bisa bertumbuh kembang secara berkelanjutan (Lako, 2010: 211-212).

Penelitian-penelitian terdahulu telah dilakukan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya sebagai berikut:

1. Faldy G. Lumentut dan Marjam Mangantar (2019) dalam hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa *profitabilitas* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
2. Amin Wijoyo (2018) dalam hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa *profitabilitas* berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.
3. Azizah Luthfiana (2018) dalam hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa *profitabilitas* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
4. Syarifah Shepia Winda (2015) dalam hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa secara parsial *gross profit margin* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
5. Dyah Eris Setiyowati (2016) dalam hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa secara parsial *gross profit margin* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
6. Muh Hosen Bawafi dan Adi Prasetyo (2015) dalam hasil hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa pengungkapan *corporate social*

*responsibility* secara empiris berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

7. Ance Cessilia Hutabarat (2016) dalam hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Dewasa ini sektor *real estate* dan property merupakan salah satu sektor terpenting di suatu Negara, sehinggalah dijadikan indikator untuk menganalisis kesehatan ekonomi suatu Negara. Pengertian mengenai *real estate* menurut peraturan perundang-undangan di Indonesia, tercantum dalam PDMN No.5 Tahun 1974 yang mengatur tentang industry *real estate*.

Dalam peraturan ini pengertian *real estate* adalah perusahaan property yang bergerak dalam bidang penyediaan, pengadaan, serta pematangan tanah bagi keperluan usaha-usaha industri, termasuk industry pariwisata. Sedangkan definisi properti menurut SK Menteri Perumahan Rakyat no.05/KPTS/BKP4N/1995, Ps 1.a:4 properti adalah tanah hak dan atau bangunan permanen yang menjadi objek pemilik dan pembangunan. Dengan kata lain, property adalah industry *real estate* ditambah dengan hukum-hukum seperti sewa dan kepemilikan. Menurut Santoso (2009) industri property dan *real estate* merupakan salah satu sektor yang memberikan sinyal jatuh atau sedang banggunya perekonomian suatu Negara. Semakin banyak perusahaan yang bergerak dibidang sektor property dan *real estate* mengindikasikan semakin berkembangnya perekonomian di Indonesia. Investasi yang ditawarkan di bidang properti dan *real estate* pada umumnya bersifat jangka panjang dan akan bertumbuh sejalan dengan pertumbuhan

ekonomi serta diyakini merupakan salah satu investasi yang menjanjikan. Dari pengertian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa pengertian perusahaan *property and real estate* adalah perusahaan yang menyediakan berbagai keperluan konsumen berupa rumah atau properti lainnya. Perusahaan tersebut berfungsi untuk membantu konsumen yang tengah membutuhkan sebuah hunian atau apapun yang berhubungan dengan properti lainnya.

Maka dari uraian dan perbedaan hasil penelitian diatas, saya tertarik melakukan penelitian ini dengan sampel yang berbeda yaitu perusahaan *real estate and property*. Oleh karena itu, judul dari penelitian ini adalah **“PENGARUH PROFITABILITAS, GROSS PROFIT MARGIN DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN Pada Perusahaan *Real Estate and Property* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019.”**

## **1.2 Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah *profitabilitas* mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan *real estate and property* di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019 ?
2. Apakah *gross profit margin* mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan *real estate and property* di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019 ?



3. Apakah pengungkapan *corporate social responsibility* mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan *real estate and property* di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019 ?
4. Apakah *Profitabilitas, Gross Profit Margin* dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan *real estate and property* di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019?

### **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Mengacu pada rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh *profitabilitas* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *real estate and property* di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019 ?
2. Untuk menganalisis pengaruh *gross profit margin* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *real estate and property* di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019 ?
3. Untuk menganalisis pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *real estate and property* di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019 ?
4. Untuk menganalisis pengaruh *Profitabilitas, Gross Profit Margin* dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan

pada perusahaan real estate and property di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019?

### **1.3.2 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### 1. Bagi Penulis

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan penulis mengenai pengaruh *profitabilitas, gross profit margin* dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

#### 2. Bagi penelitian selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmu pengetahuan, pemahaman dan referensi bagi peneliti yang melakukan penelitian yang sama di kemudian hari.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Kajian Dasar Teori**

##### **2.1.1 Teori Keagenan ( Agency Teori )**

Jansen dan Meckling (1976) dalam jurnal Fajar (2020) hubungan agensi sebagai sebuah perjanjian di mana satu orang atau lebih *principal* merupakan orang lain (agen) untuk melakukan beberapa pekerjaan demi kepentingan mereka yang melibatkan pendelegasian beberapa otoritas pengambilan keputusan agen. Teori keagenan menjelaskan bahwa kepentingan manajemen dan kepentingan pemegang saham sering kali bertentangan, sehingga sering terjadi konflik antara keduanya. Pemegang saham dapat meyakinkan diri mereka bahwa agen akan membuat keputusan yang optimal bila terdapat insentif yang memadai dan mendapatkan pengawasan (*control*) dari pemegang saham. Oleh karena itu adanya pemisahan antara pembuat keputusan dan pemilik perusahaan, timbul kemungkinan bahwa manajer sebagai pembuat keputusan akan cenderung lebih mengutamakan kepentingan pribadinya dari pada membuat keputusan untuk memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham.

##### **2.1.2 Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. *Enterprise value* (EV) atau *firm value* (nilai perusahaan) merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan (Nurlela dan Islahuddin, 2008).

Menurut Sujoko dan Soebianto (2007) menyebutkan bahwa :

**”Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang terkait dengan harga sahamnya. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi, serta meningkatkan kepercayaan pasar yang tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa mendatang”.**<sup>1</sup>

Pada dasarnya nilai perusahaan merupakan suatu hal yang penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai suatu perusahaan. Menurut Hadianto (2013) Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham yang juga tinggi. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan dipresentasikan oleh harga pasar dan saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan, dan manajemen asset. Beberapa pengertian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan nilai perusahaan adalah harga yang bersedia dibayar calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual dan mencerminkan prespektif pasar dalam menilai kinerja dan kondisi suatu perusahaan.

Nilai perusahaan yaitu perbandingan antara harga pasar perlembar saham dengan nilai buku perlembar saham. Nilai perusahaan diproksikan oleh *Price Book Value* (PBV). Pada penelitian ini, skala rasio perbandingan antara nilai pasar saham dengan nilai buku saham dengan nilai buku saham yaitu dengan hasil perbandingan nilai yang lebih dari 1, sehingga variabel yang diteliti besar-besar menggambarkan pengaruh. Rumus yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan, yaitu:

---

<sup>1</sup> Sujoko dan Ugy Soebianto, “Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham, Faktor Intern Dan Ekstern Terhadap Nilai Perusahaan” Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, vol 9, no 1, maret 2007.

$$Price\ book\ value = \frac{\text{Harga pasar saham}}{\text{Nilai buku saham}}$$

### 2.1.3 Profitabilitas

Pengertian profitabilitas menurut Bringham (2001:89) “Profitabilitas adalah sekelompok rasio yang memperlihatkan pengaruh gabungan dari likuiditas, manajemen aktiva, dan hutang terhadap hasil operasi”.

Menurut Suad Husnan (2004:72) Profitabilitas adalah rasio untuk mengukur efisiensi penggunaan aktiva perusahaan (atau mungkin sekelompok aktiva perusahaan).

Riyanto (2001) dalam penelitian Ratningsih dan Tuti Alawiyah menyebutkan bahwa :

**“Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu”.**<sup>2</sup>

Menurut Munawir (2010:33) “Profitabilitas adalah menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu”. Berdasarkan pengertian profitabilitas menurut para ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa rasio profitabilitas ini digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas pada suatu periode akuntansi. Kasmir (2015:197) menyatakan bahwa tujuan rasio profitabilitas bagi perusahaan maupun bagi pihak luar perusahaan, yaitu :

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam suatu periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.

---

<sup>2</sup> Ratningsih dan Tuti Alawiyah, **Analisis Kinerja Keuangan Dengan Menggunakan Rasio Profitabilitas Dan Rasio Aktivitas Pada PT BATA TBK.**

5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

Profitabilitas dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan Return On Asset (ROA). Rasio ROA adalah untuk mengukur tingkat efisiensi kegiatan operasional perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari penggunaan asset perusahaan. Semakin tinggi nilai ROA maka semakin efisien penggunaan asset perusahaan dalam menghasilkan laba bersih yang lebih besar sehingga posisi perusahaan akan dinilai semakin baik. Adapun rumus dari ROA tersebut adalah sebagai berikut :

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

#### **2.1.4 Gross Profit Margin**

Margin laba kotor adalah perbandingan antara selisih jumlah penjualan dengan harga pokok dan penjualan.

Menurut Ridwan (2009: 121) margin laba kotor adalah ukuran persentase dari setiap sisa hasil penjualan sesudah perusahaan membayar harga pokok penjualan. Semakin tinggi margin laba kotor, maka semakin baik dan relative semakin rendah harga pokok barang yang dijual. Adapun rumus menghitung *gross profit margin* adalah sebagai berikut :

$$GPM = \frac{\text{laba kotor}}{\text{penjualan bersih}} \times 100\%$$

#### **2.1.5 Corporate Social Responsibility**

*Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan mekanisme suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan social kedalam kegiatan

operasional perusahaan dan interaksinya dengan *stakeholder*. Nilai perusahaan akan meningkat jika perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, social, dan lingkungan hidup. Sebagian besar konsumen akan cenderung untuk meninggalkan suatu produk yang mempunyai citra buruk atau pemberian negative. Pelaksanaan CSR akan meningkatkan jumlah *investory* yang menanamkan saham di perusahaan dan memberikan dampak meningkatnya Nilai Perusahaan yang dilihat harga saham dan laba perusahaan. Adapun rumus untuk menghitung *corporate social responsibility* adalah sebagai berikut :

$$CSD = \frac{n}{k}$$

Keterangan :

CSD = indeks pengungkapan CSR

n = jumlah item pengungkapan CSR

k = jumlah semua item pengungkapan CSR

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian yang berkaitan dengan nilai perusahaan, profitabilitas, gross revenue dan corporate social responsibility dapat di lihat pada table dibawah ini:

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

<b>Nama Peneliti</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
Tias Nurahman, Diamonalisa Sofianty, dan Edi Sukarmanto (2017)	Pengaruh <i>profitabilitas</i> terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang dan konsumsi yang listing di Bursa Efek Indonesia	Diketahui bahwa <i>profitabilitas</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

	periode 2014 – 2016.	
Faldy G. Lumentut dan Marjam Mangantar (2019)	Pengaruh <i>likuiditas, profitabilitas, solvabilitas</i> dan aktivitas terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Indeks Kompas100 Periode 2012-2016	Diketahui bahwa <i>profitabilitas</i> secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan secara parsial <i>profitabilitas</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
Syarifah Shelphia Winda (2015).	Pengaruh <i>corporate social responsibility, gross profit margin, return on asset</i> terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011 – 2014.	Diketahui bahwa secara parsial <i>corporate social responsibility</i> dan <i>gross profit margin</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dan secara simultan <i>corporate social responsibility</i> dan <i>gross</i>

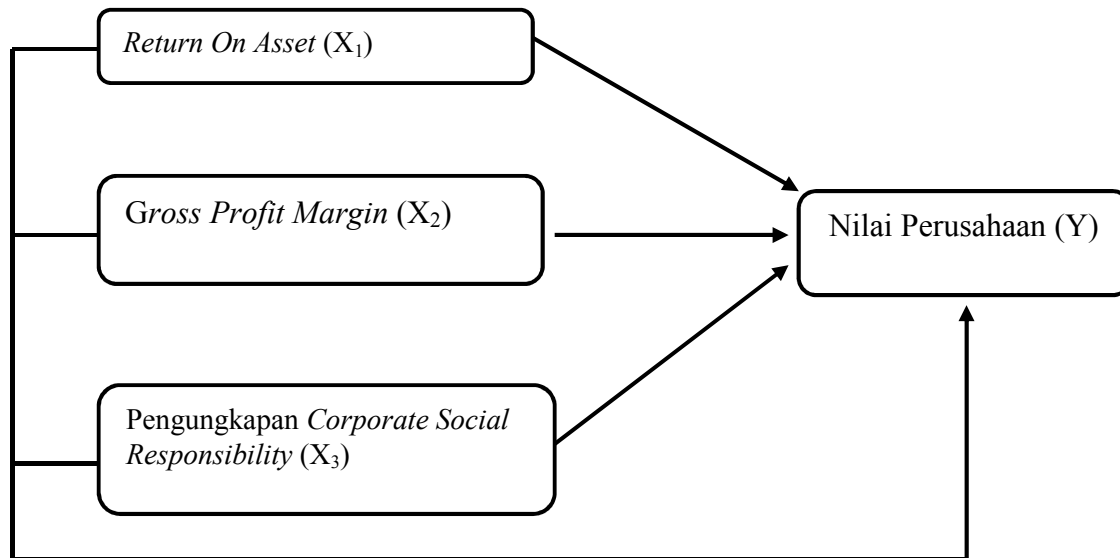


		<i>profit margin</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
Evelyn Starcia dan Juaniarti (2014).	Pengaruh pengungkapan corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan di sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2009 – 2013.	Diketahui bahwa corporate social responsibility tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

### 2.3 Kerangka Berfikir dan Hipotesis Penelitian

Kerangka merupakan bagian dari suatu bentuk sistem, sedangkan konsep merupakan acuan atau batasan teori yang ada. Jadi kerangka berfikir adalah unsur pokok dalam suatu penelitian dimana konsep berfikir akan berubah ke dalam defenisi operasional.

Berdasarkan latar belakang penelitian dan perumusan masalah yang telah ditulis sebelumnya, maka peneliti membuat kerangka berfikir seperti dibawah ini yang menunjukkan hubungan antara Return On Asset, Gross Profit Margin dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan, maka akan dirumuskan dengan kerangka berfikir sebagai berikut:



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Konseptual**

### 2.3.1 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas diukur dengan indikator *return on assets* (ROA). Profitabilitas juga merupakan faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, jika manajer mampu mengelola perusahaan dengan baik maka biaya yang akan dikeluarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih sehingga profit yang dihasilkan menjadi lebih besar. Menurut Kasmir (2008:196) menyatakan bahwa besar atau kecilnya profit ini akan mempengaruhi nilai perusahaan.

Profitabilitas akan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan karena semakin baik pertumbuhan *profitabilitas*, berarti prospek perusahaan di masa depan dinilai semakin baik juga, artinya semakin baik pula nilai perusahaan dimata investor. Apabila kemampuan perusahaan

untuk menghasilkan laba meningkat, maka harga saham juga akan meningkat (Husnan, 2001 : 317). Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Alfredo Mahendra (2011) menunjukkan bahwa *profitabilitas* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

### **2.3.2 Pengaruh *Gross Profit Margin* Terhadap Nilai Perusahaan**

Gross Profit Margin(GPM) merupakan persentase dari laba kotor yang diperoleh terhadap penjualan. GPM ini juga sangat berpengaruh bagi keadaan operasional perusahaan. Jika gross profit margin mengalami penurunan maka biaya operasional pun memburuk.

Gross Profit Margin (GPM) merupakan kemampuan efisiensi produksi dan kemampuan penjualan (Mamduh & Halim, 2009: 83). Jika nilai Gross Profit Margin perusahaan besar, maka dapat disimpulkan bahwa perusahaan mendapatkan laba kotor yang besar dibandingkan dengan penjualannya.

### **2.3.3 Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan**

Teori yang menyatakan hubungan antara *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan yaitu teori legitimasi yang merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat, pemerintah, individu, dan kelompok masyarakat. Menurut Meutia (2010:78) legitimasi adalah menyamakan persepsi bahwa tindakan yang dilakukan suatu entitas merupakan tindakan yang diinginkan, pantas ataupun sesuai dengan sistem norma, nilai kepercayaan dan defenisi yang dikembangkan secara social. Untuk berusaha mencapai tujuan ini organisasi berusaha untuk mengembangkan keselarasan antara nilai-nilai social yang dihubungkan dengan kegiatannya dan norma-norma dari perilaku yang diterima dalam sistem social yang lebih besar dimana organisasi itu berada serta menjadi bagiannya.

Hackson dan Milne (1996) dalam Laras dan Basuki (2008) mengatakan bahwa :

**”Perusahaan yang berorientasi pada konsumen diperkirakan akan memberikan informasi mengenai pertanggung jawaban social karena dapat meningkatkan *image* perusahaan. Semakin banyak informasi social dan lingkungan yang disampaikan oleh suatu perusahaan maka investor akan cenderung berinvestasi kepada perusahaan tersebut yang akan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan”.**<sup>3</sup>

Hasil survey “*the Millenium Poll on Corporate Social Responsibility*” (1999) yang dilakuka oleh *Environis Internasional (Toronto)*, *Conference Board (New York)* dan *Prince of Wales Business Leader Forum (London)* diantara 25.000 responden di 23 negara menunjukkan bahwa dalam membentuk opini dan legitimasi perusahaan: 60% mengatakan bahwa etika bisnis, praktik sehat karyawan, dampak terhadap lingkungan, tanggung jawab social perusahaan (CSR) paling berperan dalam meningkatkan legitimasi, 40% responden menyatakan citra perusahaan dan brand image mempengaruhi kesan mereka. Hanya 1/3 yang mendasari opini bahwa faktor-faktor bisni fundamental seperti faktor financial, ukuran perusahaan, startegi perusahaan atau manajemen mendasari legitimasi *stakeholder*.

Uraian diatas menjelaskan bahwa teori legitimasi merupakan salah satu teori yang mendasari pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan dilakukan untuk mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat. Lebih jauh lagi legitimasi ini akan meningkatkan nilai perusahaan yang pada akhirnya akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan tersebut.

#### 2.3.4 Hipotesis

---

<sup>3</sup> Wahyuni Ambar Setianingrum, **Pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi (studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2013)**, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang: Skripsi, 2015 hal 36.

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap tujuan penelitian yang diturunkan dari kerangka berpikir yang telah atau dugaan sementara dari jawaban rumusan masalah penelitian.

Maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H1 : *Return On Asset* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Real Estate and Property* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

H2 : *Gross Profit Margin* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Real Estate and Property* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia

H3 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Real Estate and Property* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

H4 : *Return On Asset*, *Gross Profit Margin* dan *Corporate Social Responsibility* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Real Estate and Property* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

### BAB III

#### METODE PENELITIAN

##### 3.1 Jenis Penelitian

Menurut Soeratno dan Lincoln Arsyad (2008) menyebutkan bahwa :

**“Penelitian adalah penyaluran hasrat ingin tahu manusia dalam taraf keilmuan. Penelitian juga dapat diartikan “mempertanyakan”, karena sikap penelitian selalu berisi dua bagian pokok yaitu pertanyaan yang diajukan yang memerlukan jawaban dan jawaban atas pertanyaan itu”.**<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Soeratno dan Lincoln Arsyad, **Metode Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis**. Yogyakarta : UPP AMP YKPN. 2008.

Jenis penelitian yang dilakukan adalah deskriptif kuantitatif. Deskriptif kuantitatif adalah salah satu jenis penelitian yang bertujuan mendeskripsikan secara sistematis, factual dan akurat mengenai fakta dan sifat populasi tertentu, atau mencoba menggambarkan fenomena secara detail. Penelitian deskriptif kuantitatif juga merupakan usaha sadar dan sistematis untuk memberikan jawaban terhadap suatu masalah atau mendapatkan informasi lebih mendalam yang luas terhadap suatu fenomena dengan menggunakan tahap-tahap penelitian dengan pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.

### **3.2 Defenisi Operasional**

Definisi Operasional Definisi operasional merupakan acuan dari landasan teoritis yang digunakan untuk melakukan penelitian dimana diantara variabel yang satu dengan yang lainnya dapat dihubungkan sehingga penelitian dapat disesuaikan dengan data yang diinginkan. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel dependen dan variabel independen. Operasional variabel diperlukan untuk menentukan jenis dan indikator dari variabel-variabel yang terkait serta skala pengukuran masing-masing variabel.

#### **1. Variabel Terikat (Dependent Variabel)**

Variabel dependen adalah variable yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan pada perusahaan sektor *real estate and property* yang tercatat di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019. Nilai perusahaan yaitu perbandingan antara harga pasar perlembar saham dengan nilai buku perlembar saham. Nilai perusahaan diprosikan oleh *Price Book Value (PBV)*. Pada penelitian

ini, skala rasio perbandingan antara nilai pasar saham dengan nilai buku saham yaitu nilai hasil perbandingan nilai yang lebih dari 1, sehingga variabel yang diteliti besar-besarnya menggambarkan pengaruh. Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung nilai perusahaan adalah sebagai berikut :

$$\text{Price book value} = \frac{\text{Harga perusahaan}}{\text{Nilai buku saham}}$$

## 2. Variabel Bebas (*independent variabel*)

Menurut Prof. Dr. Sugiyono (2017) menyebutkan bahwa :

**“Variable bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perusahaannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)”**.<sup>5</sup>

Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

### a. Profitabilitas

Profitabilitas adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Profitabilitas yang tinggi akan lebih banyak menarik investor untuk melakukan investasi sehingga menyebabkan permintaan akan saham perusahaan meningkat. Dalam penelitian indikator yang digunakan adalah dengan menggunakan ROA.

$$\text{Return On Asset} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

### b. Gross Profit Margin

Menurut Munawir (2007:99), “Gross Profit Margin adalah rasio yang menggambarkan laba kotor yang dapat dicapai dari setiap rupiah penjualan”. Semakin besar gross profit margin

---

<sup>5</sup> Sugiyono, **Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D**. Bandung : Alfabeta. 2017.

semakin baik keadaan operasi perusahaan. Dan jika operasi suatu perusahaan baik maka nilai perusahaan juga akan baik. Jadi, dapat dikatakan bahwa semakin besar GPM suatu perusahaan maka akan semakin besar pula nilai perusahaan tersebut. Dalam menghitungnya dapat menggunakan sebagai rumus sebagai berikut:

$$\text{GPM} = \frac{\text{laba kotor}}{\text{Penjualan bersih}} \times 100\%$$

### c. *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Nurlelidan Ishlahuddin (2008) dan Rustiarini (2010), variabel independennya adalah tingkat pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada laporan tahunan perusahaan yang akan dinilai dengan membandingkan jumlah pengungkapan yang dilakukan perusahaan dengan jumlah pengungkapan. Riswari dan Cahyonowati (2012), indikator yang digunakan dalam checklist mengacu pada indikator Global Reporting Initiatives (GRI) yang berfokus pada beberapa komponen pengungkapan, yaitu economic, environment, labour practices, human rights, society, dan product responsibility sebagai dasar sustainability reporting.

Bambang Suripto (1999) dalam Riswaridan Cahyonowati(2012), pengukuran kemudian dilakukan berdasarkan indeks pengungkapan masing-masing perusahaan yang dihitung melalui jumlah item yang sesungguhnya diungkapkan perusahaan dengan jumlah semua item yang mungkin diungkapkan, yang dinotasikandalam rumus sebagai berikut:

$$\text{CSD} = \frac{n}{k}$$

Keterangan :

CSD = indeks pengungkapan CSR perusahaan

n = jumlah item pengungkapan CSR yang dipenuhi



$k$  = jumlah semua item pengungkapan CSR

### 3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

#### 3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2008) menyebutkan bahwa :

**“Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.<sup>6</sup>**

Element tersebut dapat berupa orang, manajer, auditor, perusahaan, peristiwa, atau segala sesuatu yang menarik untuk diamati/diteliti. Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah perusahaan *real estate and property* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2017-2019 yang berjumlah 64 perusahaan.

**Tabel 3.1**  
**Daftar Populasi Penelitian**

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1	ARMY	Armadian Karyatama Tbk
2	APLN	Agung Podomoro Land Tbk
3	ASRI	Alam Sutera Reality Tbk
4	BAPA	Bekasi Asri Pemula Tbk
5	BAPI	Bhakti Agung Propertindo Tbk
6	BCIP	Bumi Citra Permai Tbk
7	BEST	Bekasi Pajar Industri Tbk

---

<sup>6</sup> Sugiyono, **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D**. Bandung : Alfabeta, 2018, hal. 80.

8	BIKA	Binakarya Jaya Abadi Tbk
9	BIPP	Bhuwanatala Indah Permai Tbk
10	BKDP	Bukit Darmo Property Tbk
11	BKSL	Sentul City (Bukit Sentul) Tbk
12	BSDE	Bumi Serpong Damai Tbk
13	CITY	Natura City Development Tbk
14	COWL	Cowell Development Tbk
15	CPRI	Capri Nusa Satu Properti Tbk
16	CTRA	Ciputra Development Tbk
17	DART	Duta Anggada Realty Tbk
18	DILD	Intiland Development Tbk
19	DMAS	Puradelta Lestari Tbk
20	DUTI	Duta Pertiwi Tbk
21	ELTY	Bakrieland Development Tbk
22	EMDE	Megapolitan Development Tbk
23	FMII	Furtune Mate Indonesia Tbk
24	FORZ	Forza Land Development
25	GAMA	Gading Development Tbk
26	GMTD	Goa Makassar Tourism Development Tbk
27	GPRA	Perdana Gapura Prima Tbk
28	GWSA	Greenwood Sejahtera Tbk
29	INDO	Royalindo Investa Wijaya Tbk
30	JPRT	Jaya Real Property Tbk

31	KIJA	Kawasan Industri Jababeka Tbk
32	KOTA	DMS Propertindo Tbk
33	LAND	Trimitra Propertindo Tbk
34	LCGP	Eureka Prima Jakarta Tbk
35	LPCK	Lippo Cikarang Tbk
36	LPKR	Lippo Karawaci Tbk
37	MDLN	Modernland Realty Tbk
38	MABA	Marga Abhinaya Abadi Tbk
39	MKPI	Metropolitan Kentjana Tbk
40	MMLP	Mega Manunggal Property Tbk
41	MTLA	Metropolitan Land Tbk
42	MYRX	Hansom Internasional Tbk
43	NIRO	City Reatail Development Tbk
44	NZIA	Nusantara Almazia Tbk
45	MORE	Indonesia Prima Property Tbk
46	PAMG	Bima Sakti Pertiwi Tbk
47	PLIN	Plaza Indonesia Realty Tbk
48	POLI	Pollux Investasi Internasional Tbk
49	POLL	Pollux Property Indonesia Tbk
50	POSA	Bliss Property Indonesia Tbk
51	PPRO	PP Property Tbk
52	PUDP	Pudjiati Prestige Tbk
53	PWON	Pakuwon Jati Tbk

54	REAL	Repower Asia Indonesia Tbk
55	RISE	Jaya Sukses Makmur Sentosa Tbk
56	RBMS	Risa Bintang Mahkota Sejati Tbk
57	RDTX	Roda Vivatex Tbk
58	RODA	Pikko Land Development
59	SATU	Kota Satu Properti
60	SMDM	Suryamas Dutamakmur
61	SMRA	Summercon Agung
62	TARA	Sitara Propertindo
63	TRIN	Perintis Trinita Properti
64	URBN	Urban Jakarta Propertindo

### 3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian yang menjadi objek sesungguhnya dari suatu penelitian. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling, yaitu dilakukan dengan mengambil orang-orang yang terpilih betul oleh penelitian menurut ciri-ciri khusus yang dimiliki oleh sampel itu. Sampel yang purposive adalah sampel yang terpilih dengan cermat sehingga relevan dengan rancangan penelitian (Soeratno dan Lincoln Arsyad, 2008).

Kriteria pemilihan sample dalam penelitian ini adalah: perusahaan manufaktur yang berturut-turut terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2017-2019.

1. Perusahaan *real estate and property* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019.

2. Perusahaan *real estate and property* yang telah mempublikasikan laporan keuangan tahunan pada periode 2017-2019
3. Perusahaan *real estate and property* yang tidak mengalami kerugian selama periode 2017-2019.

Berdasarkan kriteria-kriteria yang telah ditetapkan diatas maka sampel penelitian sebanyak 29 sampel.

**Tabel 3.2**  
**Daftar Sampel Penelitian**

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1	APLN	Agung Podomoro Land Tbk
2	ASRI	Alam Sutera Reality Tbk
3	BAPA	Bekasi Asri Pemula Tbk
4	BCIP	Bumi Citra Permai Tbk
5	BEST	Bekasi Pajar Industri Tbk
6	BKSL	Sentul City ( Bukit Sentul ) Tbk
7	BSDE	Bumi Serpong Damai Tbk
8	CTRA	Ciputra Development Tbk
9	DILD	Intiland Development Tbk
10	DMAS	Puradelta Lestari Tbk
11	DUTI	Duta Pertiwi Tbk
12	FMII	Furtune Mate Indonesia Tbk
13	FORZ	Forza Land Development Tbk
14	GAMA	Gading Development Tbk

15	GPRA	Perdana Gapura Prima Tbk
16	GWSA	Greenwood Sejahtera Tbk
17	JPRT	Jaya Real Property Tbk
18	KIJA	Kawasan Industri Jababeka Tbk
19	MDLN	Modernland Realty Tbk
20	MMLP	Mega Manunggal Property Tbk
21	MTLA	Metropolitan Land Tbk
22	PLIN	Plaza Indonesia Realty Tbk
23	PUDP	Pudjati Prestuge Tbk
24	PWON	Pakuwon Jati Tbk
25	RISE	Jaya Sukses Makmur Sentosa Tbk
26	RDTX	Roda Vivatex Tbk
27	SMDM	Suryamas Dutamakmur
28	SMRA	Summarecon Agung
29	URBN	Urban Jakarta Propertindo

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode dua tahap yaitu:

1. Metode dokumentasi

Metode ini dilakukan dengan mengumpulkan data laporan keuangan pada perusahaan *real estate and property* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang telah di publikasikan pada websiteresmi Bursa Efek Indonesia yaitu [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) selama periode 2017-2019.

## 2. Studi kepustakaan

Metode ini dilakukan dengan mempelajari literature, jurnal, artikel, dan sumber bacaan lainnya yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti untuk memperoleh landasan teori yang digunakan dalam penelitian. Metode ini dilakukan dengan mengumpulkan data laporan keuangan pada perusahaan *real estate and property* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang telah di publikasikan pada websiteresmi Bursa Efek Indonesia yaitu [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) selama periode 2017-2019.

### 3.5 Metode Analisis Data

#### 3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagai mana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum dan generalisasi.

Menurut Sugiyono (2017) menyebutkan bahwa :

**“Penelitian yang dilakukan pada populasi (tanpa diambil sampelnya) jelas akan menggunakan statistik deskriptif dalam analisisnya. Statistik deskriptif dapat digunakan bila peneliti hanya ingin mendeskripsikan data sampel, dan tidak ingin membuat kesimpulan yang berlaku untuk populasi di mana sampel diambil”.<sup>7</sup>**

#### 3.5.2 Penguji Asumsi Klasik

Uji asumsi dianggap sebagai uji prasyarat dimana uji prasyarat merupakan suatu bentuk uji pendahulu atau syarat yang terlebih dahulu dipenuhi sebelum menggunakan suatu analisis

---

<sup>7</sup> Sugiyono, **Op.Cit.**, hal.147

yang digunakan untuk menguji dari hipotesis yang diajukan. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini layak atau tidak dalam menganalisis pengaruh pertumbuhan penjualan, dividen terhadap harga saham. Persamaan yang digunakan harus memenuhi asumsi dasar yaitu data terdistribusi secara normal, terbebas multikolinearitas, tidak terjadi heteroskedastisitas, dan tidak terdapat autokolerasi.

### **3.5.2.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Uji grafik merupakan salah satu cara termudah untuk melihat normalitas Residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan Antara data observasi dengan distribusi normal. Metode yang lebih handal digunakan adalah dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Uji statistik lain yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik nonparametric Kolmogorov-Smirnov (Imam Ghazali.2016). Uji K-S dapat dilihat dengan kriteria sebagai berikut :

Jika angka  $sig > taraf\ sig\ (\alpha)\ 0,05$  maka distribusi dapat dikatakan normal, sebaliknya  
Jika angka  $sig < taraf\ sig\ (\alpha)\ 0,05$  maka distribusi dapat dikatakan tidak normal

### **3.5.2.2 Uji Multikolonieritas**

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang 39 baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka



variabel-variabel ini tidak ortogonal yaitu variabel independen yang nilai kolerasi antar sesama variabel sama dengan nol. Multikolonieritas dapat dilihat dari nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Nilai Tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena  $VIF = 1/\text{tolerance}$ ). Nilai tolerance tidak kurang dari 0.1 dan nilai variance inflation factor yang tidak lebih dari 10 sehingga model dapat dikatakan terbebas dari multikolinearitas (Imam Ghozali, 2016).

### 3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas (Imam Ghozali, 2016). Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya Heteroskedastisitas yaitu:

- a. Melihat Grafik Plot antara nilai prediksi variabel terikat yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ( $Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$ ) yang telah di-studentized. Jika gambar scatterplot berpola acak maka dapat dikatakan tidak terjadi Heteroskedastisitas.
- b. Metode uji statistik dapat dilakukan dengan melakukan meregresi nilai log residual kuadrat ( $\ln U^2_i$ ) sebagai variabel dependen dengan variabel independennya. Jika nilai signifikan yang diperoleh dari persamaan regresi yang baru lebih besar dari alpha 5%

maka dikatakan tidak terdapat heteroskedasitas dalam model. Sebaliknya jika nilai signifikan yang diperoleh lebih kecil dari nilai alpha 5% maka dapat dikatakan terdapat heteroskedasitas.

### 3.5.2.4 Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada masalah autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini muncul karena residual tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Cara yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidak autokorelasi yaitu dengan uji Durbin-Watson (DW test) digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (first order autocorrelation) dan mensyaratkan adanya intercept (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variabel lagi diantara variabel independen (Imam Ghozali.2016).

Hipotesis yang akan diuji adalah :

$H_0$  : tidak ada autokorelasi ( $r = 0$ )

$H_a$  : ada auto korelasi ( $r \neq 0$ )

Dasar pengambilan keputusan adalah :

1. Bila  $0 < d < d_l$   $\rightarrow$  tolak  $H_0$ ; berarti ada korelasi yang positif atau kecenderungannya  $r = 1$ .
2. Bila  $d_l \leq d \leq d_u$   $\rightarrow$  tidak dapat mengambil kesimpulan apa-apa.
3. Bila  $4 - d_l < d < 4$   $\rightarrow$  tolak  $H_0$ ; berarti ada korelasi negatif.
4. Bila  $4 - d_u \leq d \leq 4 - d_l$   $\rightarrow$  tidak dapat mengambil kesimpulan apa-apa.

5. Bila  $du < d < 4 - du$  jangan tolak  $H_0$ ; artinya tidak ada korelasi positif maupun .

### 3.6. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi yang memiliki satu variabel dependen dan lebih dari satu variabel independent (V. Wiratna Sujarweni. 2019). Model persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + b_1ROA + b_2GPM + b_3CSR + e$$

Keterangan : Y = Nilai Perusahaan

a = Konstanta

$b_1, b_2$  = Koefisien Regresi dari variabel independen

$X_1$  = Return On Asset

$X_2$  = Gross Profit Margin

$X_3$  = Corporate Social Responsibility

e = Error of Term (variabel yang tidak diteliti)

### 3.7 Pengujian Hipotesis

#### 3.7.1 Uji Simultan (Uji F)

Uji signifikan keseluruhan dari regresi sampel (uji statistic F) tidak seperti uji t yang menguji signifikansi koefisien parsial regresi secara individu dengan uji hipotesis terpisah bahwa setiap koefisien regresi sama dengan nol. Uji F menguji joint hipotesis bahwa  $b_1$  dan  $b_2$  secara simultan sama dengan nol, atau :

$$H_0 : b_1 = b_2 = 0$$

$$H_A : b_1 \neq b_2 = 0$$

Uji hipotesis seperti ini dinamakan uji signifikan secara keseluruhan terhadap garis regresi yang diobservasi maupun estimasi, apakah Y berhubungan linier terhadap  $X_1$  dan  $X_2$ .

Apakah joint hipotesis dapat diuji dengan signifikansi  $b_1$  dan  $b_2$  secara individu (Imam Ghozali.2016).

### 3.7.2 Uji Parsial (Uji t)

Uji Parsial (Uji t) digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel independen lainnya konstan, jika asumsi normalitas error yaitu  $\mu_i \sim N(0, \sigma^2)$  terpenuhi, maka dapat menggunakan uji t untuk menguji koefisien parsial dari regresi (Imam Ghozali.2016).

$$H_0 : b_1 = 0$$

Artinya, *return on asset*, *gross profit margin*, dan *corporate social responsibility* secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *real estate and property* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

$$H_a : b_i \neq 0$$

Artinya, *return on asset*, *gross profit margin*, *corporate social responsibility* secara parsial memiliki pengaruh terhadap harga saham Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

### 3.7.3 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (cross-section) relative rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (time series) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi.

Kelemahan dalam menggunakan koefisien determinasi adalah biasa terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel dependen maka  $R^2$  pasti meningkat tanpa peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu, menggunakan nilai *Adjusted*  $R^2$  pada saat mengevaluasi mana model regresi yang terbaik. Tidak seperti,  $R^2$ , nilai *Adjusted*  $R^2$  dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model (Iman ghozali. 2016).

Cara menentukan nilai *adjusted*  $R^2$  adalah :

1. Apabila nilai *adjusted*  $R^2$  negatif, maka nilai *adjusted*  $R^2$  dianggap bernilai nol.
2. Jika nilai  $R^2 = 1$ , maka nilai dari *adjusted*  $R^2 = R^2$  yaitu 1.
3. Jika nilai  $R^2 = 0$ , *adjusted*  $R^2 = (1-k) / (n/k)$ , dimana apabila  $k > 1$ , maka *adjusted*  $R^2$  akan bernilai negatif.