

LAPORAN PENELITIAN

Determinan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Pertambangan Sub Sektor Batu Bara



Disusun Oleh:

Ketua Peneliti:

Lydia Kurniawan, SE., M.AK NIDN : 0308098502

Anggota Peneliti:

Tania Aritonang Carey NIM : 2016031160

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI Y.A.I
JAKARTA
2022**

LEMBAR PENGESAHAN

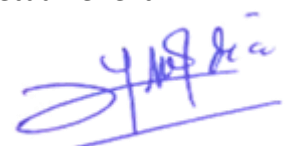
1.	Judul Penelitian	:	Determinan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Pertambangan SubSektor Batu Bara
2.	Bidang Ilmu Penelitian	:	Akuntansi Keuangan
3.	Ketua Peneliti	:	
	a. Nama Lengkap dan Gelar	:	Lydia Kurniawan SE, M.AK
	b. Jenis Kelamin	:	Perempuan
	c. NIDN	:	0308098502
	d. Golongan/Pangkat	:	Assistant Ahli
	e. Program Studi	:	Akuntansi S1
	f. Email	:	lydia.kurniawan@stie-yai.ac.id
4.	Anggota Tim Peneliti	:	1. Tania Aritonang Carey - NIM : 2016031160
5.	Waktu Penelitian	:	Oktober 2021 – Februari 2022
6.	Biaya Penelitian	:	
	a. Jumlah	:	Rp. 2.500.000
	b. Sumber	:	STIE Y.A.I
7.	Publikasi	:	Perpustakaan STIE Y.A.I

Jakarta, Maret 2022

Mengetahui,
Ketua Lembaga Penelitian dan
Pengabdian Kepada Masyarakat STIE Y.A.I


(Ida Musdafia, SE., M.M)
NIDN: 0323057001

Ketua Peneliti


(Lydia Kurniawan, SE, M.AK)
NIDN: 0308098502

Menyetujui,
Ketua STIE Y.A.I


(Dr. Reschiwati, SE, MM, AK, CA)
NIDN: 0309116603

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	2
DAFTAR ISI.....	3
DAFTAR GAMBAR.....	4
DAFTAR TABEL.....	5
DAFTAR LAMPIRAN.....	6
KATA PENGANTAR.....	7
ABSTRAK	8
BAB I PENDAHULUAN.....	9
1.1 Latar Belakang.....	9
BAB II KAJIAN LITERATUR.....	11
2.1 Tinjauan Pustaka.....	11
a. Teori Keagenan (Agency Theory)	11
b. Nilai Perusahaan	11
c. Ukuran Perusahaan	11
d. Leverage	12
e. Corporate Social Responsibility.....	12
f. Perusahaan Batubara.....	13
2.2 Kerangka Pemikiran.....	13
2.3 Hipotesis.....	14
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	16
3.1 Pendekatan Penelitian.....	16
3.2 Populasi dan Sampel.....	16
3.3 Analisis Data & Operasionalisasi Variabel.....	17
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	18
4.1 Statistik Deskriptif	18
4.2 Uji Asumsi Klasik	18
a. Uji Normalitas	18
b. Uji Multikolinearitas.....	19
c. Uji Heteroskedastisitas	19
4.3 Uji Regresi Linear Berganda	20
4.4 Pengujian Hipotesis	21
4.5 Analisis dan Pembahasan	22
BAB V KESIMPULAN, SARAN DAN IMPLIKASI.....	26
5.1 Simpulan	26
5.2 Saran	26
5.3 Implikasi	26
DAFTAR PUSTAKA.....	27
LAMPIRAN.....	28

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Sampel Penelitian.....	16
Tabel 3.2 Operasional Variabel Penelitian.....	17
Tabel 4.1 Statistik Deskriptif Ukuran Perusahaan, Leverage, Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan18
Tabel 4.2 Histogram – Normality Test.....	18
Tabel 4.3 Hasil Uji Multikolinearitas.....	19
Tabel 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	19
Tabel 4.5 Pemilihan Regresi Data Panel	20
Tabel 4.6 Hasil Regresi Linear Berganda.....	20

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka konseptual Penelitian.....	13
--	----

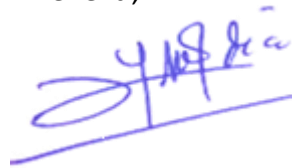
DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Tugas.....	28
Lampiran 2 Biaya dan Jadwal Penelitian.....	30

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang maha Esa yang telah memberikan rahmatNya kepada kami sehingga selesainya penelitian ini dengan baik. Penelitian yang sederhana ini dimaksud untuk menjadi bahan kajian bidang akuntansi perpajakan dengan judul : **“DETERMINAN NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN SUBSEKTOR BATUBARA”** Terima kasih yang dalam kami tujukan kepada rekan-rekan yang telah banyak membantu kami, baik moril maupun materil. Juga kami mengucapkan banyak terimakasih kepada Ketua STIE Y.A.I dan Kepala LPPM Y.A.I yang telah memberikan kesempatan ini kepada kami untuk melakukan penelitian dan juga rekan-rekan dosen serta karyawan STIE Y.A.I yang telah memberikan dorongan. Kami berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi kalangan mahasiswa dan dosen serta masyarakat pada umumnya

Jakarta, Maret 2022
Peneliti,



(Lydia Kurniawan, SE, M.Ak)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui besarnya pengaruh ukuran perusahaan, leverage, dan corporate social responsibility terhadap perusahaan pertambangan sub sektor batubara yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020 dengan variabel independent adalah ukuran perusahaan, leverage, dan corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan sebagai variabel dependen.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Sampel dari penelitian ini ialah perusahaan pertambangan sub sektor batubara yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020 sebanyak 19 perusahaan. Dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi data panel dengan program eviews 9.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa pada uji regresi data panel variabel independent ukuran perusahaan dan Corporate social responsibility tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan sedangkan Leverage mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan . Untuk Uji simultan Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Corporate Social Responsibility berkontribusi terhadap Nilai Perusahaan sebesar 85,45%, sisanya dipengaruhi oleh factor lain.

Kata Kunci : *Nilai perusahaan, ukuran perusahaan, leverage; dan corporate social responsibility.*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan dan persaingan antar perusahaan Indonesia saat ini sedang menunjukkan kemajuan peningkatan yang cepat. Saat ini dunia telah memasuki era revolusi industri 4.0 yang ditandai dengan revolusi digital. Sejumlah sektor industri nasional telah memasuki era industri 4.0, diantaranya industri semen, petrokimia, otomotif, serta makanan dan minuman. Selain itu industri pertambangan pun ikut dalam perubahan tersebut. Era industri saat ini memberikan tantangan bagi industri pertambangan yang membuat manajemen perusahaan berpikir keras agar tujuan perusahaan tetap tercapai. Tujuan utama perusahaan yang telah go public adalah meningkatkan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan.

Nilai perusahaan menjadi salah satu orientasi perusahaan selain maksimalisasi keuntungan. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya bahwa kinerja dan prospek perusahaan di masa depan akan sangat baik. Ukuran suatu perusahaan menentukan nilai perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber dana yang dapat digunakan untuk mewujudkan tujuan perusahaan. Kebijakan lain yang berkenaan dengan nilai perusahaan adalah keputusan perusahaan dalam penggunaan utang, yakni leverage. Dengan adanya tambahan dana maka akan membantu perusahaan untuk memperoleh tambahan keuntungan dan menutup kewajiban yang harus segera dipenuhi tetapi perlu diperhatikan pula pembatasan hutang pada tingkatan tertentu karena hutang dapat merugikan dengan tingginya biaya yang ditimbulkan lebih besar dari pada manfaat yang diperoleh dari pinjaman hutang tersebut. Sebab investor juga mempertimbangkan perusahaan yang memiliki hutang tinggi karena investor beranggapan hutang tersebut dapat meningkatkan risiko tinggi untuk perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai konsep akuntansi yang baru adalah transparansi pengungkapan sosial atas kegiatan atau aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan, di mana transparansi informasi yang diungkapkan tidak hanya berupa informasi keuangan perusahaan saja, tetapi perusahaan juga diharapkan mengungkapkan informasi mengenai dampak dari sosial lingkungan hidup yang diakibatkan oleh aktivitas perusahaan. Penelitian tentang pengukuran perusahaan, leverage dan corporate social responsibility telah banyak dilakukan tetapi memiliki hasil penelitian yang berbeda-beda.

Menurut Priyadi Maswar (2018) melalui hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ukuran perusahaan yang besar belum bisa menjamin nilai perusahaan tinggi, karena perusahaan besar mungkin belum berani melakukan investasi baru terkait dengan

ekspansi, sebelum kewajiban-kewajibannya (hutang) sudah terlunasi. Untuk ukuran leverage pada perusahaan pertambangan memiliki hasil perhitungan yang berbeda. Leverage memiliki pengaruh yang signifikan namun dengan arah negatif. Ini berarti bahwa setiap terjadinya peningkatan leverage maka akan berpengaruh pada penurunan nilai perusahaan (Ayu Aulia, 2017). Menurut Kiki Noviem Mery (2017), leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang mengartikan bahwa besar kecilnya hutang jangka pendek ataupun jangka panjang yang dimiliki perusahaan tidak terlalu diperhatikan oleh investor, karena investor lebih melihat bagaimana pihak manajemen perusahaan menggunakan dana tersebut dengan efektif dan efisien untuk mencapai nilai tambah bagi perusahaan.

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diungkapkan serta penelitian-penelitian terdahulu yang masih belum konsisten, maka peneliti lebih lanjut menuangkannya dalam penelitian dengan judul “Determinan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Pertambangan SubSektor Batu Bara “ Laporan penelitian ini dibagi menjadi lima bagian. Setelah pengantar Bagian 1, kami meninjau literatur yang relevan terkait dengan Nilai Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Leverage dan Corporate Social Responsibility. Di Bagian 2 kami mengusulkan model yang menggambarkan kerangka konseptual serta hubungan antara Ukuran Perusahaan, Leverage dan Corporate Social Responsibility dengan Nilai Perusahaan dan setelah diskusi, kami mengusulkan sejumlah hipotesis penelitian. Di Bagian 3, kami membahas metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Di Bagian 4, kami menyajikan hasil dan temuan dari penelitian kami. Pada bagian terakhir kami membahas kontribusi teoritis, implikasi manajerial dari model empiris dan memberikan saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

KAJIAN LITERATUR

2.1. Tinjauan Pustaka

a. Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori Agensi menjelaskan tentang pemisahan antara fungsi pengelolaan (manajer dengan fungsi kepemilikan (pemegang saham) dalam suatu perusahaan. Hubungan agensi ini muncul ketika satu atau lebih orang memperkerjakan orang lain untuk memberikan jasa dan kemudian mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan tersebut (Bringham dan Houston, 2010). Dalam prakteknya, sering terjadi suatu konflik antara pihak manajemen dengan pemegang saham. Konflik yang terjadi mengakibatkan adanya biaya yang harus dikeluarkan antara lain biaya keagenan yang terdiri dari biaya pengawasan (*monitoring cost*), biaya peminjaman (*bonding cost*) serta kerugian residual (*residual cost*). Karena konflik keagenan dapat berpengaruh terhadap menurunnya nilai perusahaan (Susilo, 2018)

b. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah suatu persepsi investor mengenai tingkat keberhasilan perusahaan yang kaitannya dengan harga saham. Tingginya nilai perusahaan dapat tercermin melalui harga saham yang tinggi pula. Karena harga saham yang tinggi akan diminati oleh investor sehingga akan mendingkrak nilai perusahaan itu sendiri. Selai itu, tingginya nilai perusahaan akan berdampak pada meningkatnya kepercayaan pasar yang tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini namun untuk prospek perusahaan di masa mendatang (Kusuma Jaya, 2011). Semakin tinggi nilai suatu perusahaan, maka semakin tinggi pula tingkat kemakmuran pemegang saham. Harga menjadi indikator dalam pengukuran tingkat kemakmuran pemegang saham. Jika harga saham mengalami peningkatan, maka kemakmuran pemegang saham akan meningkat pula dan begitu pula sebaliknya.

Dalam penelitian ini, nilai perusahaan diukur menggunakan *price book value (PBV)*. Karena PBV menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Ratio PBV yang tinggi mencerminkan harga saham yang tinggi jika di bandingkan dengan nilai buku per lembar saham dengan harga saham yang tinggi maka perusahaan berhasil menciptakan nilai yang tinggi pula sehingga mencerminkan apresiasi serta keyakinan pasar terhadap kinerja perusahaan (Kusuma Jaya, 2011).

c. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan (*Firm Size*) menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditujukan pada total aktiva, jumlah penjualan, dan rata-rata penjualan. (Bambang

Riyanto, 2010). Menurut Werner R, Murhadi (2013) bahwa ukuran perusahaan diukur dengan mentransformasikan total asset yang dimiliki perusahaan ke dalam bentuk logaritma natural. Ukuran perusahaan diproses dengan menggunakan Log Natural total asset dengan tujuan agar mengurangi fluktuasi data yang berlebih. Dengan menggunakan Log Natural, jumlah asset dengan nilai ratusan miliar bahkan triliun akan di sederhanakan, tanpa mengubah proporsi dari jumlah asset yang sesungguhnya.

d. Leverage

Menurut Kasmir (2014) Ratio solvabilitas atau leverage ratio merupakan ratio yang digunakan dalam mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan hutang. Artinya berapa beban hutang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktivasnya. Dalam arti luas bisa dikatakan bahwa ratio solvabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya. Baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan (dilikuidasi)

e Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan di sekitar perusahaan baik secara fisik maupun psikis (Mukhtaruddin, 2014), tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR merupakan komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan perusahaan, melalui kerja sama perusahaan dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, serta masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas bagi bisnis perusahaan sendiri maupun untuk lingkungan. CSR merupakan komitmen dari perusahaan terhadap 3 elemen yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan (Mukhtaruddin, 2014).

Perusahaan yang melakukan Corporate Social Responsibility (CSR) maka, masalah yang ada dalam hubungan keagenan seperti asimetri informasi dapat diatasi (Mukhtaruddin, 2019). Corporate Social Responsibility (CSR) dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan Corporate Social Responsibility Index (CSR) yang mengacu pada pedoman instrument Global Instrument Initiative (GRI) versi GRI G4 yang mengelompokkan informasi pengungkapan CSR ke dalam 3 kategori pengungkapan yaitu :

1. Ekonomi yang terdiri dari 4 aspek yaitu kinerja ekonomi, keberadaan di pasar, dampak ekonomi tidaklangsung dan praktek pengadaan.
2. Lingkungan, yang terdiri dari 11 aspek yaitu bahan, energy, keanekaragaman hayati, emisi, efluen dan limbah, produk dan jasa, kepatuhan, transportasi, lain-lain, assesmen pemasok atas lingkungan, dan mekanisme pengaduan masalah lingkungan.
3. Sosial dengan 3 sub kategori yaitu praktek ketenagakerjaan dan kenyamanan kerja, Hak Asasi Manusia (HAM), dan masyarakat.

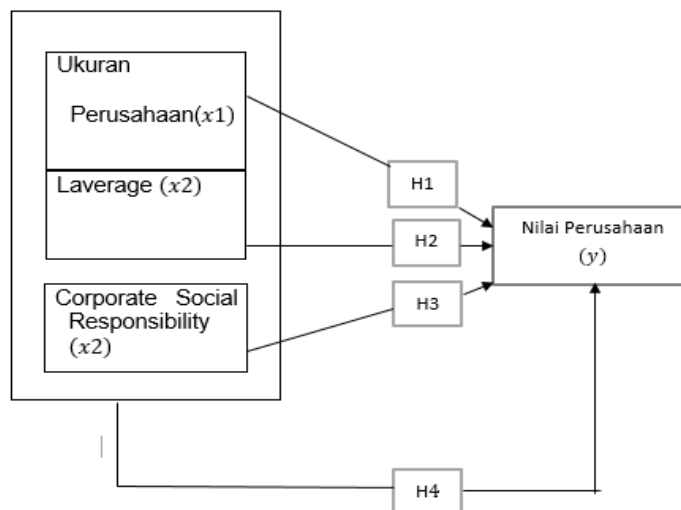
Masing-masing kategori tersebut memiliki item-item yang keseluruhannya berjumlah 91 item.

f. **Perusahaan Pertambangan**

Industri pertambangan sejatinya telah menjadikan tanggungjawab sosial dan lingkungan sebagai bagian dari prinsip dasar bisnisnya, atau dengan kata lain telah mengintegrasikan aspek pertanggungjawaban sosial dan lingkungan sebagai bagian dari Rencana Umum Penambangan (RUP), sebuah dokumen standar mengenai perencanaan kegiatan penambangan yang umumnya bersifat jangka panjang. Menjadi prinsip dasar mengingat isi RUP merupakan hasil persetujuan dari berbagai pemangku kepentingan utama termasuk pemerintah sebagai penguasa hajat hidup orang banyak. Dalam dokumen tersebut, digariskan wewenang dan tanggungjawab perusahaan tambang yang memiliki KP (Kuasa Penambangan) dalam mengelola suatu areal pertambangan, termasuk kewajiban manajemen dalam mengelola limbah menjadi poin penting dalam siklus pertambangan yaitu pada fase produksi, sebuah fase diantara sekian fase dalam dunia pertambangan yaitu eksplorasi, studi kelayakan, penambangan, produksi, dan distribusi serta penutupan atau pasca tambang.

Kerangka CSR yang diarahkan sebagai upaya untuk meraih dan mempertahankan social licence to operate ini yang menjadi perhatian banyak peneliti sehingga banyak ilmuwan yang menyimpulkan bahwa teori legitimasi sebagai salah satu jawaban dari mengapa perusahaan menjalankan CSR.

2.2. **Kerangka Pemikiran**



Gambar 1 . Kerangka Pemikiran Ukuran Perusahaan, Leverage dan CSR terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena masalah harus dibuktikan kebenarannya. Dugaan jawaban tersebut merupakan kebenaran yang sifatnya sementara, yang akan diuji kebenarannya dengan data yang dikumpulkan melalui penelitian.

2.3. Hipotesis

Adapun Hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut :

a. Ukuran Perusahaan (SIZE) Terhadap Nilai Perusahaan (PBV)

Variabel ukuran perusahaan sring menjadi variabel penduga untuk mengetahui pengaruhnya terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Menurut ukurannya, perusahaan dibagi menjadi dua yaitu perusahaan besar dan perusahaan kecil. Ukuran tersebut menggambarkan besarnya asset yang dimiliki perusahaan. Berdasarkan teori agensi, perusahaan yang besar memiliki biaya yang lebih besar daripada perusahaan yang kecil. Oleh karena itu, perusahaan yang besar akan mengungkapkan informasi secara luas untuk mengurangi biaya agensi tersebut.

Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan, karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal. Penelitian yang dilakukan oleh Anandita Rahma Mulyaningtyas (2015) ukuran perusahaan dinyatakan berhubungan positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan melihat penjelasan diatas maka hipotesis yang diajukan adalah :

H1 : Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sektor Pertambangan Batu bara yang terdaftar di BEI.

b. Leverage (DER) Terhadap Nilai Perusahaan (PBV)

Leverage adalah suatu ukuran yang digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka Panjang. Semakin tinggi tingkat leverage perusahaan, berarti semakin tinggi pula kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya kepada kreditor. Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara leverage dengan nilai perusahaan.

Untuk ukuran leverage pada perusahaan pertambangan memiliki hasil perhitungan yang berbeda. Leverage memiliki pengaruh yang signifikan namun jika leverage berada di arah negative, ini berarti bahwa setiap terjadinya peningkatan leverage, maka akan berpengaruh pada penurunan nilai perusahaan (Ayu Aulia, 2017). Dalam penelitian ini Leverage diukur dengan rasio DER, Debt to equity ratio merupakan rasio yang di gunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. Rasio ini dicari dengan cara membandingkan antara seluruh utang, termasuk utang lancar dengan seluruh ekuitas. Rasio ini berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam (kreditor)

dengan pemilik perusahaan Dengan melihat penjelasan diatas maka hipotesis yang diajukan adalah :

H2 : Leverage memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sektor Pertambangan Batu bara yang terdaftar di BEI.

c. Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan (PBV)

Menurut Dibiyanoro (2011), bahwa pengungkapan CSR digunakan oleh para manajer perusahaan kepada para investor dan untuk membanu mendukung keberlanjutan dan kompensasi manajemen. Akan lebih bermanfaat dan juga dapat mempertunjukkan pengungkapan yang lebih lengkap, hal ini terjadi apabila CSR membuktikan kinerja perusahaannya baik terhadap lingkungan, dan laba yang tinggi. Oleh karena itu, semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka akan semakin tinggi kelengkapan laporan tahunan.

Berdasarkan data yang ada dan penelitian yang telah dilakukan, maka dengan ini peneliti dapat menyimpulkan bahwa Corporate Social Responsibility berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Pengungkapan CSR pada laporan keuangan dapat mempegaruhi nilai perusahaan karena investor akan melihat secara lengkap mengenai kegiatan sosial yang dilakukan perusahaan. Semakin banyak kegiatan sosial yang dilakukan perusahaan, maka investor semakin yakin terhadap perusahaan tersebut (Aulia Rizaldi, 2015) Dengan melihat penjelasan diatas maka hipotesis yang diajukan adalah :

H3 : Corporate Social Responsibility (CSR) memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sektor Pertambangan Batu bara yang terdaftar di BEI.

d. Ukuran Perusahaan, Leverage dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan

Setelah melihat penjelasan diatas bahwa ketiga faktor tersebut diduga terdapat pengaruh secara parsial, maka perlu juga diajukan hipotesis secara simultan. Dengan demikian dalam penelitian ini diajukan hipotesis :

H4 : Ukuran Perusahaan, Leverage dan Corporate Social Responsibility secara simultan memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sektor Pertambangan Batu bara yang terdaftar di BEI

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan menggunakan data sekunder yaitu data yang diambil dari laporan tahunan perusahaan sesuai sample dengan teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah penelitian kepustakaan

3.2. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan pertambangan sub sektor batu bara yang terdaftar di BEI tahun 2018 sampai 2020. Teknik sampling yang digunakan adalah Purposive sampling Dari jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 27 perusahaan. Sampling yang diperoleh sesuai dengan kriteria yang berdasarkan tujuan dilakukannya penelitian yaitu 19 perusahaan x 3 tahun = 57 sampel

Teknik analisis data panel menggunakan software eviews9 dan perangkat Microsoft excel. Analisis korelasi dan regresi dipakai dalam penelaahan untuk melihat hubungan antar variabel.

Tabel 3.1 Sampel Penelitian

No.	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1.	ADRO	PT. Adaro Energy Tbk
2.	ARII	PT. Atlas Resources Tbk
3.	BUMI	PT. Bumi Resources Tbk
4.	BYAN	PT. Bayan Resources Tbk
5.	DOID	PT. Delta Dunia Makmur Tbk
6.	DSSA	PT. Dian Swastika Tbk
7.	GEMS	PT. Golden Energy Mines Tbk
8.	HRUM	PT. Harum Energy Tbk
9.	INDY	PT. Indika Energy Tbk
10.	ITMG	PT. Indo Tambangraya Tbk
11.	KKGI	PT. Resource Alam Indonesia Tbk
12.	MBAP	PT. Mitrabara Adiperdana Tbk
13.	MYOH	PT. Samindo Resources Tbk
14.	PKPK	PT. Perdana Karya Perkasa Tbk
15.	PTBA	PT. Tambang Batubara Buit Alam (persero) Tbk
16.	PTRO	PT. Petrosa Tbk
17.	SMMT	PT. Golden Eagle Energy Tbk

18.	SMRU	PT SMR Utama Tbk
19.	TOBA	PT. Toba Bara Sejahtera Tbk

3.3. Analisis data & Operasionalisasi Variabel

Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah Statistik deskriptif, uji asumsi klasik, Analisis Regresi Linear Berganda dan pengujian hipotesis menggunakan uji t dan uji F dengan menggunakan software Eviews 9. Berikut Tabel Operasionalisasi Variabel yang digunakan dalam penelitian ini

Tabel 3.2 Operasional Variabel Penelitian

No	Variabel	Pengukuran	Skala
A. Variabel Dependen			
1.	Nilai Perusahaan (PBV) (Y)	<u>Harga pasar per saham</u> Nilai buku per saham	Rasio
B. Variabel Independen			
2.	Ukuran Perusahaan (SIZE) (X1)	<u>Size = Ln (Total Asset)</u>	Rasio
3.	Leverage (DER) (X2)	<u>Total Hutang</u> <u>Total Ekuitas</u>	Rasio
4.	CSRly (X3)	<u>$\frac{\sum Xky}{Ny}$</u>	Corporate Social Responsibility Index (CSR) Rasio

BAB IV
HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Statistik Deskriptif

Tabel 4.1 Statistik Deskriptif SIZE, DER, CSR dan PBV

	X1	X2	X3	Y
Mean	29.527671	2.074930	0.096009	2.417668
Maximum	32.25841	34.05558	0.175824	20.74585
Minimum	25.57447	2.113984	0.032967	0.487496
Std. Dev.	1.595854	4.827000	0.030559	3.134473
Observations	57	57	57	57

Sumber : Hasil Output data panel Eviews 9

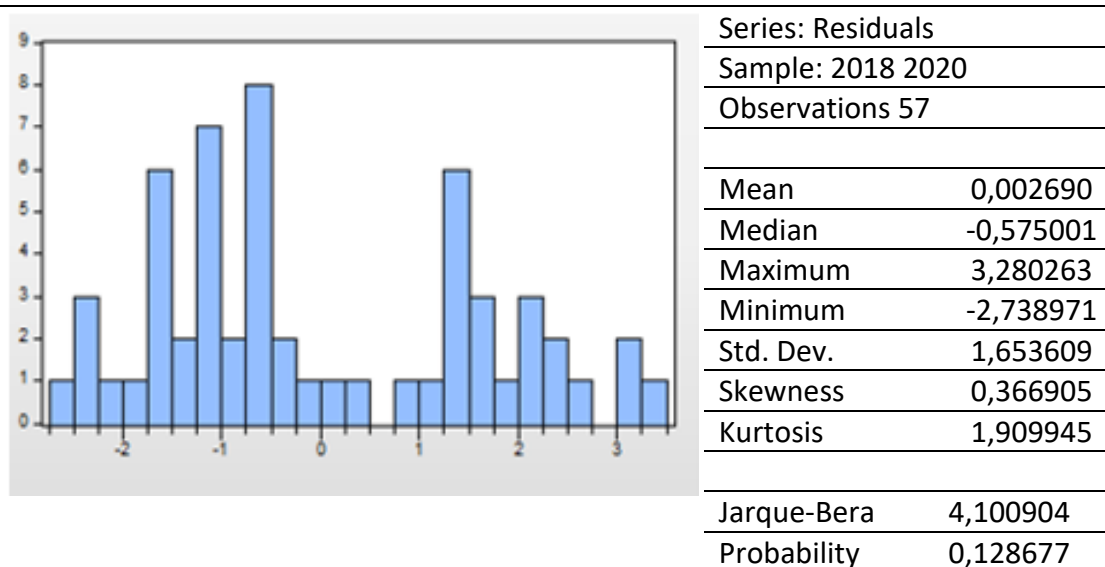
Dari hasil pengujian diatas diketahui bahwa :

Nilai rata-rata dari Nilai Perusahaan adalah 2,417668 dan nilai standar deviasi dari Pertumbuhan Laba adalah 3,134473. Nilai rata-rata dari SIZE adalah 29,527671 dan nilai standar deviasi dari SIZE adalah 1.595854. Nilai rata-rata dari DER adalah 2,074930 dan nilai standar deviasi dari DER adalah 4,827000. Nilai rata-rata dari CSR adalah 0.096009 dan nilai standar deviasi dari CSR adalah 0.030559. Artinya kecenderungan variabel berada pada rata-rata karena rata-rata lebih besar dari pada standar deviasi

4.2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 4.2 Histogram – Normality Test



Sumber : Hasil Output data panel Eviews 9

Dari Tabel 4.2 terlihat bahwa data telah berdistribusi normal. Berdasarkan Tabel pengujian normalitas, tampak bahwa variabel penelitian SIZE, DER, CSR dan PBV mengikuti distribusi normal dengan nilai Probabilitas $0.128677 > 0.05$.

b. Uji Multikolinearitas

Tabel 4.3 Hasil Uji Multikolinearitas

	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
X1	0.032568	456.5592	1.306538
X2	0.002757	1.202300	1.011970
X3	88.49258	14.38038	1.301727

Sumber : Hasil Output data panel Eviews 9

Dari hasil output diatas dapat dilihat bahwa koefisien korelasi antar variabel bebas (SIZE, DER dan CSR) Jika nilai VIF < 10. Maka tidak terjadi multikolinearitas. Jadi berdasarkan nilai VIF (Variance Inflation Factor) dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung multikolinearitas, sehingga pengujian asumsi klasik yaitu tidak terjadi multikolinearitas

c. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey

F-statistic	0.064554	Prob. F(3,53)	0.9784
Obs*R-squared	0.207519	Prob. Chi-Square(3)	0.9764
Scaled explained SS	0.272905	Prob. Chi-Square(3)	0.9650

Model dinyatakan lolos uji heteroskedastisitas dengan ketentuan, yaitu :

- Apabila nilai probability Chi-Square Obs*R-Squared < α , maka nilai model tidak lolos uji heteroskedastisitas
- Apabila nilai probability Chi-square Obs*R-Squared > α maka model lolos uji heteroskedastisitas

Berdasarkan tabel diatas, bahwa nilai probability Chi-square Obs*R-Squared untuk hasil estimasi uji Breusch-Pagan-Godfrey heteroskedasticity adalah sebesar 0,9764. Sedangkan nilai α dengan $\alpha = 0,05$. Karena nilai probability Chi-square Obs*R-Squared > α , maka dapat diambil kesimpulan bahwa model lolos uji heteroskedastisitas.

4.3. Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 4.5 Pemilihan Regresi Data Panel

No.	Metode	Pengujian	Hasil
1.	Chow Test, pemilihan : H0 : CEM Ha : FEM Pedoman Keputusan : jika Uji F Prob > α 0.05 H0 diterima. Jika Uji F Prob < α 0.05 Ha diterima	Common Effect vs Fixed Effect	Fixed Effect Model (FEM) karena F prob 0.0000 < 0.05, Ha diterima
2.	Hausman Test, pemilihan : H0 : REM Ha : FEM Pedoman Keputusan : jika Uji F Prob > α 0.05 H0 diterima. Jika Uji F Prob < α 0.05 Ha diterima	Random Effect vs Fixed Effect	Random Effect Model (REM) Karena F Prob 0.0000 < 0.05 Ha diterima
3.	Langrange Multiplier Test, pemilihan : H0 : CEM Ha : REM Pedoman Keputusan : jika Uji F Prob > α 0.05 H0 diterima. Jika Uji F Prob < α 0.05 Ha diterima	Common Effect vs Random Effect	Random Effect Model (REM) Karena F Prob 0.0000 < 0.05 Ha diterima

Model regresi data panel digunakan untuk menguji model regresi dengan data panel yang paling tepat digunakan adalah model Random Effect Model (REM)

Tabel 4.6 Hasil Regresi Linear Berganda

Dependent Variable: Y					
Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)					
Date: 06/16/21 Time: 16:31					
Sample: 2018 2020					
Periods included: 3					
Cross-sections included: 19					
Total panel (balanced) observations: 57					
Swamy and Arora estimator of component variances					
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob	
C	7.961042	7.527640	1.057575	0.2950	
X1	-0.261294	0.257645	-1.014165	0.3151	
X2	0.575603	0.033352	17.25817	0.0000	
X3	10.18073	6.963656	1.461980	0.1497	
R-squared	0.854532	Mean dependent var		0.646772	
Adjusted R-squared	0.846298	S.D. dependent var		2.170443	
S.E. of regression	0.850919	Sum squared resid		38.37531	
F-statistic	103.7806	Durbin-Watson stat		1.810281	
Prob(F-statistic)	0.000000				

Sumber : Hasil Output data panel Eviews 9

Berdasarkan data tabel 4.5 diatas diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 7.961042 + -0.261294 * X_1 + 0.575603 * X_2 + 10.18073 * X_3$$

a. Nilai konstanta (a) adalah sebesar 7.961042

Berdasarkan nilai konstanta yang telah diperoleh tersebut, dapat diketahui bahwa Nilai Perusahaan yang terdiri dari Ukuran Perusahaan, Leverage dan Corporate social responsibility mempunyai hubungan yang positif dengan adanya peningkatan Nilai Perusahaan. Nilai konstanta 7.961042 tersebut menunjukkan bahwa jika variabel independen yaitu Ukuran Perusahaan (X1), Leverage (X2) dan Corporate Social Responsibility (X3) dianggap konstan atau sama dengan 0 maka rata-rata tingkat Nilai Perusahaan adalah sebesar 7.961042.

b. Nilai koefisien regresi variabel Ukuran Perusahaan (b1) sebesar -0.261294.

Berdasarkan nilai koefisien regresi diketahui bahwa variabel Ukuran Perusahaan (X1) mempengaruhi Nilai Perusahaan sebesar -0.261294 atau negatif yang artinya apabila nilai Ukuran Perusahaan (X1) bernilai 1 maka dapat menyebabkan variabel Nilai Perusahaan berkurang sebesar -0.261294. Hal ini juga mengindikasikan bahwa adanya hubungan negatif antara Ukuran Perusahaan dengan Nilai Perusahaan

c. Nilai koefisien regresi variabel Leverage (b2) sebesar 0.575603

Berdasarkan nilai koefisien regresi diketahui bahwa variabel Leverage (X2) mempengaruhi Nilai Perusahaan sebesar 0.575603 atau positif yang artinya apabila Leverage (X2) bernilai 1 maka dapat menyebabkan variabel Nilai Perusahaan meningkat sebesar 0.575603. Hal ini juga mengindikasikan bahwa adanya hubungan positif antara Leverage dengan Nilai Perusahaan

d. Nilai koefisien regresi variabel Corporate social responsibility (b3) sebesar 10.18073

Berdasarkan nilai koefisien regresi diketahui bahwa variabel Corporate social responsibility (X3) mempengaruhi Nilai Perusahaan sebesar 10.18073 atau positif yang artinya apabila nilai Corporate social responsibility (X3) bernilai 1 maka dapat menyebabkan variabel Nilai Perusahaan meningkat sebesar 10.18073. Hal ini juga mengindikasikan bahwa adanya hubungan positif antara Corporate social responsibility dengan Nilai Perusahaan .

4.4. Pengujian Hipotesis

a. Ukuran Perusahaan (X1) terhadap Nilai Perusahaan (Y)

Yaitu Ukuran Perusahaan dengan nilai coefficient -0.261294 menunjukkan bahwa memiliki pengaruh negative terhadap Nilai Perusahaan. Dengan nilai signifikansi sebesar $0.3151 > 0.05$ dengan Nilai Tstatistik $-1.014165 < 1.67412$ yang berarti Ukuran Perusahaan tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Berdasarkan hal tersebut, maka H1 ditolak dan berarti Ukuran Perusahaan tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan secara parsial. Dengan demikian H1 tidak terbukti. Dari penjelasan di atas **maka H1 ditolak**,

bahwa artinya Ukuran Perusahaan (X1) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan secara parsial dan H1 tidak terbukti.

b. Leverage (X2) terhadap Nilai Perusahaan (Y)

Yaitu Leverage dengan Nilai Coeficient 0.575603 menunjukkan memiliki pengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan . Nilai signifikansi sebesar $0.0000 < 0.05$ dengan nilai Tstatistik $17.25817 > 1.67412$ yang berarti Leverage mempunyai pengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Berdasarkan hal tersebut, maka H2 diterima dan berarti Leverage mempunyai pengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan secara parsial.. Dari penjelasan di atas maka **H2 diterima, bahwa artinya Leverage (X2) memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan secara parsial. Dengan demikian H2 terbukti**

c. Corporate Social Responsibility (X3) terhadap Nilai Perusahaan (Y)

Yaitu Corporate Social Responsibility dengan Nilai Coeficient 10.18073 menunjukkan memiliki pengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Nilai signifikansi sebesar $0.1497 > 0.05$ dengan nilai Tstatistik $1.461980 < 1.67412$ yang berarti Corporate Social Responsibility tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Berdasarkan hal tersebut, maka H3 ditolak dan berarti Corporate Social Responsibility tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap Y secara parsial. Dari penjelasan di atas maka **H3 ditolak bahwa Corporate Social Responsibility (X3) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan secara parsial. Dengan demikian H3 tidak terbukti**

d. Fstatistik sebesar $103.7806 > F$ -tabel sebesar 2.78 dengan nilai signifikansi sebesar $0.000000 < 0.05$ yang berarti **Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Corporate Social Responsibility berkontribusi terhadap Nilai Perusahaan. Berdasarkan hal tersebut maka H4 diterima. Dan dengan demikian H4 terbukti.**

e. **Koefisien determinasi** digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi yang ditunjukkan dengan nilai R Square dari suatu model regresi yang digunakan untuk mengetahui besarnya nilai perusahaan yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel bebasnya. Pada Tabel 4.5 menunjukkan nilai koefisien determinasi (R²) adalah sebesar 0,854532 atau 85,45%. **Hasil tersebut berarti bahwa 85,4532% variable nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh variable-variabel ukuran perusahaan, leverage, corporate social responsibility sedangkan sisanya sebesar 14,55% nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh variable lain di luar variable yang diteliti dalam penelitian ini.**

4.5. Analisis dan Pembahasan

Hasil persamaan regresi untuk menguji pengaruh variabel-variabel independen (Ukuran Perusahaan, Leverage, Corporate Social Responsibility) terhadap variabel dependen (Nilai Perusahaan) maka dapat disusun hasil penelitian sebagai berikut:

$$\text{Nilai Perusahaan (PBV)} = 7.961042 + -0.261294 * \text{SIZE} + 0.575603 * \text{DER} + 10.18073 * \text{CSR}$$

Hipotesis Pertama (H1)

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Bambang riyanto (2011) ukuran perusahaan (Firm Size) menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan pada total aktiva, jumlah penjualan dan rata-rata penjualan. Pada analisis diatas menunjukkan hasil bahwa koefisien regresi ukuran perusahaan sebesar 0,261294 dan nilai sig sebesar 0,3151 dengan $\alpha = 0,05$ atau 5%. Nilai sig ukuran perusahaan lebih besar daripada α . Berdasarkan hal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. **Dengan demikian hipotesis pertama (H1) tidak terbukti.**

Ukuran perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan yang besar tidak selalu diikuti peningkatan dari nilai perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin banyak hutang yang diperlukan oleh perusahaan untuk mendanai kegiatannya, penggunaan hutang yang dimiliki perusahaan tidak efisien dilakukan karena biaya bunga lebih besar daripada profitabilitas yang diperoleh perusahaan, sehingga hal tersebut dapat meningkatkan resiko dalam perusahaan, akibatnya minat investor untuk berinvestasi dapat menurun (Dewi dan Sudiartha, 2017).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Chumaidah dan Maswar Patuh Priyadi yang berjudul "Pengaruh Profitabilitas dan size terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai variable pemoderasi" menunjukkan hasil ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Hipotesis Kedua (H2)

Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Kasmir (2014:151) menyatakan bahwa leverage merupakan ratio yang digunakan dalam mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan hutang. Artinya berapa beban hutang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktivasnya. Pada analisis diatas menunjukkan hasil bahwa koefisien regresi leverage sebesar 0,575603 dan nilai sig sebesar 0,0000 dengan $\alpha = 0,05$ atau 5%. Nilai sig leverage lebih kecil daripada α . Berdasarkan hal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Dari hasil penelitian diatas, leverage dapat meningkatkan nilai perusahaan pada saat leverage tinggi dan sebaliknya leverage dapat menurunkan nilai perusahaan pada

saat leverage perusahaan rendah, ini mengindikasikan bahwa leverage yang tinggi maka akan memberikan indikasi prospek perusahaan yang baik sehingga memicu investor untuk ikut meningkatkan permintaan saham. Permintaan saham yang akan meningkat akan menyebabkan nilai perusahaan yang meningkat. Dengan tingginya leverage perusahaan dapat dimanfaatkan untuk memperoleh profit yang lebih tinggi dengan menggunakan modal yang berasal dari hutang atau asset yang dibiayai oleh hutang, dengan itu perusahaan dapat secara maksimal menjalankan usahanya sehingga profit yang diperoleh perusahaan meningkat. Selain itu tingginya leverage cenderung tidak mempengaruhi harga saham di pasar modal. Dengan perolehan profit yang tinggi yang mana akan meningkatkan kepercayaan pihak luar perusahaan tersebut (Sutama dan Lisa, 2018).

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ayu Aulia (2017) yang berjudul "Analisis Pengaruh Struktur Modal, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Cash Holding terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI Tahun 2012-2015)" menunjukkan leverage berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan. Hal ini karena setiap terjadinya peningkatan leverage maka akan berpengaruh pada penurunan nilai perusahaan. Dengan demikian Hipotesis kedua (H2) terbukti.

Hipotesis Ketiga (H3)

Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan

Pada Tabel 4.5 diatas menunjukkan hasil bahwa koefisien regresi Corporate Social Responsibility sebesar 10,18073 dan nilai sig. sebesar 0,1497 dengan $\alpha = 0,05$ atau 5%. Nilai sig. Corporate Social Responsibility lebih besar daripada α . Berdasarkan hal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Corporate Social Responsibility tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Corporate Social Responsibility terbukti tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini diakibatkan oleh beberapa fenomena yaitu kecenderungan investor membeli saham, rendahnya pengungkapan CSR dan variable CSR tidak dapat diukur secara langsung. Investor di Indonesia pada umumnya cenderung membeli saham untuk mendapatkan capital gain, yang cenderung membeli dan menjual saham harian, tanpa mempertimbangkan kelangsungan perusahaan sedangkan CSR tidak dapat dirasakan dalam jangka pendek. Pengungkapan CSR di Indonesia juga masih rendah dengan rata-rata pengungkapan hanya 17%. Sehingga variable ini kurang menunjukkan kontribusi pengaruh terhadap nilai perusahaan (Pristianingrum, 2017).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Frandy Karundaeng, Grace B.Nangoi, dan Herman Karamoy yang berjudul "Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai perusahaan dengan Profitabilitas, Kepemilikan Manajemen, dan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun

2012-2016)” menunjukkan hasil bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan public sector pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2012-2016. Dengan demikian Hipotesis Ketiga (H3) tidak terbukti.

Hipotesis Keempat (H4)

Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan.

Pada tabel 4.5 menunjukkan hasil uji F dimana dapat dilihat Prob (F-Statistic) sebesar 0.000000 lebih kecil dari 0.05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh ukuran perusahaan, leverage, dan corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan secara bersama-sama. Dengan demikian H4 terbukti.

BAB V SIMPULAN, SARAN DAN IMPLIKASI

5.1. Simpulan

Berdasarkan uji t (parsial) Ukuran Perusahaan dan Corporate Social Responsibility tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, Sedangkan Leverage tidak berpengaruh terhadap secara parsial berpengaruh terhadap terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Pertambangan SubSektor Batu Bara yang terdaftar di Bursa efek Indonesia Periode 2018 – 2020

Berdasarkan uji F(simultan), Ukuran Perusahaan , Leverage dan Corporate Social responsibility secara simultan berkontribusi terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Pertambangan SubSektor Batu Bara yang terdaftar di Bursa efek Indonesia Periode 2018 – 2020. Seluruh variabel bebas, yakni Ukuran Perusahaan , Leverage dan Corporate Social responsibility secara simultan berkontribusi terhadap variabel Pertumbuhan laba sebesar 85%, sisanya sebesar 15 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

5.2. Saran

Berdasarkan keterbatasan-keterbatasan yang terdapat pada penelitian ini maka peneliti ingin memberikan beberapa saran yang diharapkan akan bermanfaat serta dapat menjadi bahan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya didalam mengadakan penelitian serupa ataupun lainnya seperti kepada penelitian selanjutnya untuk mengganti variable-variabel lainnya yang memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, Disarankan agar penelitian selanjutnya akan lebih baik jika rentang waktu yang lebih Panjang didalam periode pengamatan.

Sampel yang digunakan hendaknya bukan hanya perusahaan pertambangan, tetapi bisa menggunakan perusahaan-perusahaan di BEI yang memiliki jumlah populasi yang lebih besar.

5.3. Implikasi

Implikasi teoritis bagi para akademis yang tertarik tentang pengungkapan corporate social responsibility, penelitian ini bisa dilakukan dengan jangka waktu yang lebih lama dan mengambil jumlah sampel yang lebih banyak dari penelitian ini sehingga dihasilkan kesimpulan yang lebih baik. Penelitian selanjutnya mempertimbangkan faktor-faktor lain.

Penelitian ini dapat memberikan pertimbangan pada investor apabila menanamkan modalnya pada suatu perusahaan agar investor tidak mengalami kerugian. Dan bagi perusahaan agar lebih memperhatikan faktor-faktor yang mampu memberi pengaruh pada perusahaan seperti tanggung jawab sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayu, D. A. (2017). "Analisis Pengaruh Struktur Modal, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Cash Holding Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI Tahun 2012-2015). Padang : Universitas Andalas
- Brigham, E. F. (2011). "Dasar-Dasar Manajemen Keuangan". Jakarta: Penerbit Salemba empat
- Dewi, D. A. (2017). "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Pertumbuhan Aset Terhadap Struktur Modal dan Nilai Perusahaan." E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, 6-4.
- Kasmir. (2014). "Analisa Laporan Keuangan" . Cetakan Ketujuh. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Kusumajaya, D. K. O. (2011). Pengaruh struktur modal dan pertumbuhan perusahaan terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di bursa efek Indonesia. Universitas Udayana, Denpasar: Tesis yang Tidak Dipublikasikan.
- Mery, K. N., Zulfahridar, Z., & Kurnia, P. (2017). Pengaruh likuiditas, leverage dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan kebijakan Dividen sebagai variabel moderasi pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2011-2014 (Doctoral dissertation, Riau University).
- Mukhtaruddin, M., Ubaidillah, U., Dewi, K., Hakiki, A., & Nopriyanto, N. (2019). Good corporate governance, corporate social responsibility, firm value, and financial performance as moderating variable. *Indonesian Journal of Sustainability Accounting and Management*, 3(1), 55-64.
- Priyadi, M. P. (2018). Pengaruh profitabilitas dan size terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel pemoderasi. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 7(3).
- Pristianingrum, N. (2017). "Pengaruh Ukuran, Profitabilitas, dan Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia." Prosiding Seminar Nasional dan Call For Paper Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember, Oktober 2017.
- Riyanto, Bambang. 2010. Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan, Edisi 4, Cet.10. Yogyakarta. Fakultas Ekonomi dan Bisnis UGM
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (19 ed.). Bandung: Alfabeta.
- Susilo, A., Sulastri, S., & Isnurhadi, I. (2018). GOOD CORPORATE GOVERNANCE, RISIKO BISNIS DAN KINERJA KEUANGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, 16(1), 63-72.
- Sutama, D. &. (2018). "Pengaruh Leverage dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan" . *JSMA (Jurnal Sains Manajemen dan Akuntansi)*, 21-39.
- Wahyuni, T., Ernawati, E., & Murhadi, W. R. (2013). Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan di sektor property, real estate & building construction yang terdaftar di BEI periode 2008-2012. *Calyptra*, 2(1), 1-18.

Lampiran 2
Surat Tugas Penelitian



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI Y.A.I

• Program Pascasarjana Magister Akuntansi (S-2)

• Program Studi Akuntansi (S-1) • Program Studi Manajemen (S-1)

Salemba Raya No. 7-9A Jakarta Pusat, Telp. (021) 3149205, (021) 3914075

Homepage : <http://www.yai.ac.id>; Email : stie@yai.ac.id

SURAT TUGAS

No.294/K/STIE Y.A.I/IX/2021

Sehubungan dengan akan dilaksanakannya penelitian oleh dosen STIE Y.A.I maka bersama ini ketua STIE Y.A.I memberikan tugas kepada :

1. Nama : Lydia Kurniawan SE, M.AK
NIDN : 0308098502
Jabatan : Dosen Tetap Program Studi Akuntansi S1 STIE Y.A.I
2. Nama : Tania Aritonang Carey
NIM : 2016031160
Jabatan : Mahasiswa Program Studi S1 Akuntansi STIE Y.A.I

Untuk membuat penelitian dengan judul :

Determinan Nilai Perusahaan pada Perusahaan Pertambangan Subsektor Batu Bara

Waktu : Oktober 2021 – Februari 2022

Demikian surat tugas ini dibuat untuk dapat dilaksanakan sebaik-baiknya, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terimakasih.

Jakarta, 24 September 2021
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI Y.A.I,



Dr. Reschiwati, SE, MM, Ak, CA
Ketua

Lampiran 2

BIAYA DAN JADWAL PENELITIAN

A. Anggaran Biaya		
No	Jenis Pengeluaran	Biaya (Rp.)
1	Upah Survey	500.000
2	Bahan habis pakai dan peralatan	800.000
3	Perjalanan	500.000
4	Publikasi, laporan , administrasi lainnya	700.000
Jumlah		2.500.000

B. Jadwal Penelitian

Jadwal pelaksanaan penelitian disusun dalam bar chart berikut:

No	Jenis Kegiatan	Bulan				
		I	II	III	IV	V
1	Studi Kepustakaan	■				
2	Persiapan Penelitian					
	Survey Awal		■			
	Penyusunan rencana penelitian		■			
	Penelitian pendahuluan		■			
3	Penyusunan instrument		■			
	Penelitian Lapangan					
	Pengumpulan Data (observasi)		■	■		
	Pengumpulan Data (kuisisioner)					
	Pengumpulan Data (wawancara)					
4	Analisis Data			■		
5	Penulisan laporan awal			■		
6	Presentasi				■	
7	Penulisan laporan akhir					■