

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Objek Penelitian dan Data Penelitian

Secara historis, pasar modal di Indonesia telah hadir jauh sebelum Indonesia merdeka. Pasar modal atau bursa efek telah hadir sejak zaman kolonial Belanda tepatnya pada tahun 1912 di Batavia,¹ dimana saat itu bursa efek didirikan untuk kepentingan para koloni tersebut. Perkembangan pasar modal di Indonesia mengalami pasang surut dari mulai muncul sampai sekarang, dan perkembangannya sangat signifikan pada masa sekarang. Dapat kita perhatikan bersama periodisasi perkembangan pasar modal di Indonesia, yang perkembangannya melalui beberapa tahapan atau periode,² yaitu antara lain :

- Periode 14 Desember 1912 yakni Bursa efek pertama di Indonesia dibentuk di Batavia oleh Pemerintah Hindia Belanda.
- Periode 1914 – 1918 Bursa efek di Batavia ditutup selama perang Dunia I.
- Periode 1925 – 1938 Bursa efek di Jakarta dibuka kembali bersama dengan bursa efek di Semarang dan Surabaya.
- Periode 1939 karena isu politik (Perang Dunia II) bursa efek di Semarang dan Surabaya ditutup.
- Periode 1942 – 1952 Bursa efek di Jakarta ditutup kembali selama Perang Dunia II.

¹ Andri Soemitra, 2009, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Kencana, hlm: 114

² Erry Firmansyah, 2010, *Metamorfosa Bursa Efek*, Jakarta: Bursa Efek Indonesia, hlm: 10-13

- Periode 1952 Bursa efek di Jakarta diaktifkan kembali dengan UU Darurat Pasar Modal 1952, yang dikeluarkan oleh Menteri Kehakiman yaitu Lukman Wiradinata dan Menteri Keuangan yaitu Prof. DR. Sumitro Djojohadikusumo, instrumen yang diperdagangkan adalah Obligasi Pemerintah RI tahun 1950.
- Periode 1956 Program nasionalisasi perusahaan Belanda sehingga bursa efek tidak aktif.
- Periode 1956 – 1977 perdagangan di bursa efek vakum.
- Periode 10 Agustus 1977 Bursa efek resmi diaktifkan oleh Presiden Soeharto.
- Periode 1977 – 1987 Perdagangan di bursa efek masih sangat lesu, saat itu hanya ada sekitar 24 emiten saja.
- Periode 1987 hadirnya PakDes 1987 (Paket Desember) yang memberikan kemudahan bagi perusahaan untuk melakukan penawaran umum dan investor asing yang menanamkan modal di Indonesia.
- Periode 1988 – 1990 paket deregulasi di bidang perbankan dan pasar modal diluncurkan. Pintu BEJ dibuka untuk investor asing sekitar 49 %.
- Periode 2 Juni 1988 Bursa Paralel Indonesia (BPI) mulai beroperasi dan dikelola oleh Persatuan Perdagangan Uang dan Efek (PPUE), sedangkan organisasinya terdiri dari *broker* dan *dealer*.
- Periode Desember 1988 Pemerintah mengeluarkan PakDes 88 yang memberikan perusahaan untuk go publik dan beberapa kebijakan lain yang positif bagi pertumbuhan pasar modal.

- Periode 16 Juni 1989 Bursa Efek Surabaya (BES) mulai beroperasi dan dikelola oleh PT milik swasta yaitu PT BES.
- Periode 13 Juli 1992 Swastanisasi BEJ, Bapepam berubah menjadi Badan Pengawas Pasar Modal, dan tanggal ini diperingati sebagai HUT BEJ.
- Periode 22 Mei 1995 sistem otomatisasi perdagangan di BEJ dilaksanakan dengan sistem komputerisasi JATS (*Jakarta Automated Trading Sistem*).
- Periode 10 November 1995 pemerintah mengeluarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal. Undang-Undang ini mulai berlaku mulai Januari 1996.
- Periode 1995 Bursa paralel Indonesia merger dengan BES.
- Periode 1996 dengan berlakunya UU No. 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal, industri reksadana (*mutual fund*) mulai tumbuh pesat di Indonesia.
- Periode 2000 sistem perdagangan tanpa warkat (*sricpless trading*) mulai diaplikasikan di pasar modal Indonesia.
- Periode 2002 BEJ mulai mengaplikasikan sistem perdagangan jarak jauh (*remote trading*).
- Periode 4 Maret 2003 Pasar Modal Syariah diresmikan oleh menteri keuangan Boediono didampingi dengan ketua Bapepam Herwidayatmo, wakil dari MUI, wakil dari DSN pada direksi, direksi perusahaan efek, pengurus organisasi pelaku, dan asosiasi profesi di pasar modal.³
- Periode 2007 penggabungan Bursa Efek Surabaya (BES) dan Bursa Efek Jakarta (BEJ) dan berubah nama menjadi Bursa Efek Indonesia (BEI).

³ *Ibid*, hlm: 116.

Pasar modal merupakan salah satu tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi dalam rangka memperoleh modal. Penjual dalam pasar modal merupakan perusahaan yang membutuhkan modal (*emiten*), sehingga mereka berusaha untuk menjual efek-efek di pasar modal. Sedangkan pembeli (*investor*) adalah pihak yang ingin membeli modal di perusahaan yang menurut mereka menguntungkan.⁴ Menurut Undang-Undang Pasar Modal (UUPM) No. 8 1995 tentang Pasar Modal mendefinisikan pasar modal sebagai “kegiatan yang bersangkutan dengan dengan Penawaran Umum dan perdagangan Efek, perusahaan publik yang berkaitan dengan efek yang diterbitkannya, serta lembaga dan profesi yang berkaitan dengan efek.”⁵

Di Pasar Modal terdapat indeks harga saham, Indeks harga saham merupakan suatu indikator yang menunjukkan pergerakan harga saham. Di Pasar Modal sebuah indeks diharapkan memiliki fungsi sebagai indikator tren saham, kemudian sebagai indikator tingkat keuntungan, sebagai tolok ukur kinerja suatu portofolio, dan memfasilitasi pembentukan portofolio dengan strategi pasif.⁶

Sebagai indikator tren pasar, artinya bahwa indeks dapat menggambarkan kondisi pasar pada suatu saat mengalami pergerakan, apabila pasar sedang aktif atau lesu. Dengan indeks pula kita dapat mengetahui tren pergerakan harga saham saat ini, apakah sedang naik, turun ataupun stabil.

⁴ *Ibid*, hlm: 111.

⁵ Bambang Susilo D, 2009, *Pasar Modal Mekanisme Perdagangan Saham, Analisis Sekuritas, dan Strategi Investasi Di Bursa Efek Indonesia (BEI)*, Yogyakarta: UUP STIM YKPN, hlm: 16

⁶ *Ibid*, hlm: 16

Pergerakan indeks juga menjadi indikator penting bagi para investor untuk menentukan kapan mereka mengambil keputusan beli, jual ataupun menahan (*hold*). Pada Bursa Efek Indonesia terdapat tujuh jenis indeks,⁷ yaitu Indeks Individual, Indeks Harga Saham Sektoral, Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG), Indeks LQ 45, Indeks Papan Utama dan Papan Pengembang, Indeks Kompas 100, dan Indeks Syariah.

Munculnya instrumen syariah di Pasar Modal Indonesia dipelopori oleh PT Danareksa Asset Management yang menerbitkan reksadana syariah pada 3 Juli 1997.⁸ kemudian pada tanggal 3 Juli 2000, PT Danareksa Investmen Management bekerja sama dengan PT Bursa Efek Jakarta (sekarang Bursa Efek Indonesia) meluncurkan *Jakarta Islamic Index* (JII) yang bisa dipergunakan sebagai acuan dalam menilai perkembangan harga saham berbasis syariah. JII yang merupakan indeks harga saham berbasis syariah yang terdiri dari 30 saham emiten yang dianggap telah memenuhi prinsip-prinsip syariah.⁹

Indeks syariah atau JII (*Jakarta Islamic Index*) merupakan indeks yang terdiri dari 30 emiten yang mengakomodasi investasi yang sesuai dengan prinsip syariah. Saham-saham yang masuk dalam kategori JII adalah emiten yang kegiatannya tidak bertentangan dengan prinsip syariah syariah, yang dalam hal ini merupakan peran serta dari Dewan Syariah Nasional (DSN) serta *accountability* dari pihak Bursa Efek Indonesia yang melakukan monitoring.

⁷ Soemitra, *op. cit.*, hlm: 130.

⁸ Erry Firmansyah, *op. cit.*, hlm: 137.

⁹ *Ibid*, hlm: 137

Ruang lingkup kegiatan usaha emiten yang bertentangan dengan prinsip hukum syariah Islam¹⁰ adalah:

1. Usaha perjudian dan permainan yang tergolong judi atau dilarang.
2. Usaha lembaga keuangan konvensional (ribawi) termasuk perbankan dan asuransi konvensional.
3. Usaha yang memproduksi, mendistribusi serta memperdagangkan makanan dan minuman yang tergolong haram.
4. Usaha yang memproduksi, mendistribusi serta menyediakan barang-barang ataupun jasa yang merusak moral dan bersifat mudarat.

Sesuai dengan pedoman yang ditetapkan dalam menentukan kriteria saham-saham emiten yang menjadi komponen dari JII tersebut adalah:

1. Memilih kumpulan saham dengan jenis usaha utama yang tidak bertentangan dengan prinsip hukum syariah dan sudah tercatat lebih dari 3 bulan (kecuali bila termasuk di dalam saham-saham 10 berkapitalisasi besar).
2. Memilih saham berdasarkan laporan keuangan tahunan atau tengah tahunan berakhir yang memiliki kewajiban terhadap aktiva maksimal sebesar 90%.
3. Memilih 60 saham dari susunan di atas berdasarkan urutan rata-rata kapitalisasi pasar terbesar selama satu tahun terakhir.
4. Memilih 30 saham dengan urutan berdasarkan tingkat likuiditas rata-rata nilai perdagangan selama satu tahun terakhir.

¹⁰ Nurul Huda & Mustafa Edwin N, 2007, *Investasi Pada Pasar Modal Syariah*, Jakarta: Kencana, hlm: 56.

Pengkajian ulang akan dilakukan 6 bulan sekali, dengan penentuan komponen indeks pada awal bulan Juli setiap tahunnya. Sedangkan perubahan pada jenis usaha akan memonitoring secara terus menerus berdasarkan data publik yang tersedia.

Perhitungan JII dilakukan PT BEI dengan menggunakan perhitungan metode indeks yang ditetapkan dengan bobot kapitalisasi pasar. Perhitungan indeks ini mencakup penyesuaian-penyesuain yang dilakukan oleh adanya perubahan terhadap data emiten yaitu *corporate action*. JII menggunakan tanggal perhitungan 1 Januari 1995 dengan nilai awal 100. Dengan adanya indeks ini diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan investor untuk mengembangkan investasi secara syariah.

Jumlah perusahaan yang listing di *Jakarta Islamic Index* (JII) di Bursa Efek Indonesia terdapat 30 perusahaan dan yang konsisten selama tiga tahun berturut-turut listing di JII dari 2009 sampai 2011 adalah 15 perusahaan. Dan dari 15 perusahaan tersebut semuanya mengungkapkan pertanggungjawaban sosialnya melalui laporan tahunan (*annual report*).

Pengambilan sampel dilakukan dengan pendekatan *non probability sampling* yaitu metode pengambilan sampel yang tidak semua anggota populasi diberikan kesempatan untuk dipilih menjadi sampel penelitian. Teknik pengambilan sampel adalah teknik *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel dari target spesifik yang akan mampu menyediakan informasi yang diinginkan karena mereka adalah satu-satunya yang bisa

memberikan informasi yang dibutuhkan atau karena mereka sesuai dengan kriteria tertentu yang ditetapkan peneliti.

Berikut adalah tabel kriteria pengambilan sampel yang ditetapkan oleh peneliti, yaitu:

Tabel 4.1
Kriteria Pengambilan Sampel

NO	KETERANGAN	JUMLAH
1.	Populasi	30 emiten
2.	Emiten yang konsisten selama 3 tahun listing di JII	15 emiten
3.	Pengungkapan <i>annual report</i> konsisten selama 3 tahun	15 emiten

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2012.

Adapun nama-nama perusahaan yang listing di *Jakarta Islamic Index* yang konsisten selama periode penelitian, yaitu berturut-turut dari tahun 2009 sampai 2011 dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.2
Populasi Penelitian

NO	KODE	NAMA PERUSAHAAN
1.	ANTM	<i>Aneka Tambang (Persero) Tbk</i>
2.	ASII	<i>Astra International Tbk</i>
3.	BMTR	<i>Global Mediacom Tbk</i>
4.	ELSA	<i>Elnusa Tbk</i>
5.	INCO	<i>International Nickel Indonesia Tbk</i>
6.	INTP	<i>Indocement Tunggul Prakarsa Tbk</i>
7.	ITMG	<i>Indo Tambangraya Megah Tbk</i>
8.	KLBF	<i>Kalbe Farma Tbk</i>
9.	LSIP	<i>Perusahaan Perkebunan London Sumatera Indonesia Tbk</i>
10.	PTBA	<i>Bukit Asam (Persero) Tbk</i>
11.	SGRO	<i>Sampoerna Agro Tbk</i>
12.	SMGR	<i>Semen Gresik Tbk</i>
13.	TINS	<i>Timah (Persero) Tbk</i>
14.	TLKM	<i>Telkom Tbk</i>

15.	UNVR	<i>Unilever Tbk</i>
-----	------	---------------------

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2012.

4.2. Deskripsi Variabel Penelitian

4.2.1. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dilaporkan dalam bentuk laporan berkelanjutan (*sustainable report*) yaitu suatu laporan bersifat nonfinansial yang dapat dipakai sebagai acuan oleh perusahaan untuk melihat pelaporan dari dimensi sosial, ekonomi, dan lingkungan. Pengungkapan diukur dengan proksi CSRDI (*Corporate Social Responsibility Disclosure Index*) berdasarkan GRI (*Global Reporting Initiatives*) yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari www.globalreporting.org.

Indikator GRI terdiri dari tiga fokus penelitian, yaitu ekonomi, sosial dan lingkungan sebagai dasar *sustainable reporting*. Pengukuran CSRDI mengacu pada penelitian Rimba, Rakhiemah, dan yang menggunakan *content analysis* dalam mengukur *variety* dari CSRDI. Perhitungan CSRI tersebut menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap item CSRI diberi nilai 1 apabila diungkapkan, dan nilai 0 apabila tidak diungkapkan.

Berikut ini adalah hasil pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan yang listing di JII.

Tabel 4.3

Pengungkapan Corporate Social Responsibility yang listing di JII

Periode 2009, 2010 dan 2011

No	KODE	NAMA EMITEN	CSR			RATA-RATA
			2009	2010	2011	
1.	ANTM	<i>Aneka Tambang (Persero) Tbk</i>	0.98	0.90	0.85	0.91
2.	ASII	<i>Astra International Tbk</i>	0.71	0.41	0.63	0.58
3.	BMTR	<i>Global Mediacom Tbk</i>	0.20	0.20	0.43	0.27
4.	ELSA	<i>Elnusa Tbk</i>	0.30	0.30	0.51	0.37
5.	INCO	<i>International Nickel Indonesia Tbk</i>	0.37	0.56	0.68	0.53
6.	INTP	<i>Indocement Tunggal Prakarsa Tbk</i>	0.33	0.85	0.82	0.66
7.	ITMG	<i>Indo Tambangraya Megah Tbk</i>	0.59	0.62	0.67	0.62
8.	KLBF	<i>Kalbe Farma Tbk</i>	0.25	0.79	0.80	0.61
9.	LSIP	<i>Perusahaan Perkebunan London Sumatera Indonesia Tbk</i>	0.26	0.80	0.75	0.60
10.	PTBA	<i>Bukit Asam (Persero) Tbk</i>	0.59	0.80	0.78	0.72
11.	SGRO	<i>Sampoerna Agro Tbk</i>	0.56	0.82	0.82	0.73
12.	SMGR	<i>Semen Gresik Tbk</i>	0.53	0.84	0.84	0.73
13.	TINS	<i>Timah (Persero) Tbk</i>	0.75	0.87	0.84	0.82
14.	TLKM	<i>Telkom Tbk</i>	0.38	0.24	0.51	0.37
15.	UNVR	<i>Unilever Tbk</i>	0.19	0.61	0.89	0.56
Rata-rata score CSR			0.46	0.64	0.72	0.61

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2012

Dari tabel 4.3 Tampak bahwa untuk tahun 2009 rata-rata *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan yang listing di *Jakarta Islamic Index* (JII) mencapai 0.46%, dan perusahaan yang memperoleh CSR tertinggi pada periode tersebut adalah Aneka Tambang (Persero) Tbk dengan prosentase 0.98%, sedangkan untuk tingkat CSR terendah untuk periode tersebut adalah Unilever Tbk yaitu sebesar 0.19%.

Kemudian untuk tahun 2010 rata-rata *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan yang listing di *Jakarta Islamic*

Index (JII) mencapai 0.64% meningkat 0.18% dari periode sebelumnya. Perusahaan yang memperoleh CSR tertinggi pada periode 2010 ini masih dipegang oleh Aneka Tambang (Persero) Tbk dengan prosentase 0.90%, akan tetapi menurun sebesar 0.08% dari periode sebelumnya. Kemudian untuk tingkat CSR terendah untuk periode 2010 adalah Global Mediacom Tbk yaitu sebesar 0.20%.

Pada tahun 2011 rata-rata *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan yang listing di *Jakarta Islamic Index* (JII) mencapai 0.72% meningkat lagi dari periode sebelumnya yaitu sebesar 0.08%, untuk perusahaan yang memperoleh CSR tertinggi pada periode 2011 adalah Unilever Tbk dengan prosentase 0.89%, meningkat sebesar 0.28% dari periode sebelumnya. Kemudian tingkat CSR terendah untuk periode 2011 adalah Global Mediacom Tbk yaitu sebesar 0.43%, akan tetapi meningkat dari periode sebelumnya yaitu sebesar 0.23%.

Selama tiga tahun yaitu 2009, 2010, dan 2011 rata CSR perusahaan yang listing di JII adalah sebesar 0.61%. Untuk rata-rata tertinggi selama 3 tahun diraih oleh Aneka Tambang (Persero) Tbk yaitu sebesar 0.91% dan yang mempunyai rata-rata CSR terendah adalah Global Mediacom Tbk yaitu sebesar 0.27%.

4.2.2. Profitabilitas (ROA)

Tingkat *Profitabilitas* diukur melalui *Return On Asset* (ROA) yang dihasilkan melalui perhitungan laba bersih perusahaan dibagi total asset perusahaan. Data dihitung dan diukur mulai tahun 2009,

2010, dan 2012. Untuk hasil perhitungannya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 4
Return On Asset (ROA) Perusahaan yang listing di JII
Periode 2009-2011

No	KODE	NAMA EMITEN	ROA			RATA-RATA
			2009	2010	2011	
1.	ANTM	<i>Aneka Tambang (Persero) Tbk</i>	7.89	18.46	16.90	14.41
2.	ASII	<i>Astra International Tbk</i>	18.44	18.64	16.79	17.95
3.	BMTR	<i>Global Mediacom Tbk</i>	4.38	9.23	2.87	5.49
4.	ELSA	<i>Elnusa Tbk</i>	15.88	2.56	14.67	11.03
5.	INCO	<i>International Nickel Indonesia Tbk</i>	11.61	26.54	18.68	18.94
6.	INTP	<i>Indocement Tunggal Prakarsa Tbk</i>	28.59	27.68	25.94	27.40
7.	ITMG	<i>Indo Tambangraya Megah Tbk</i>	38.08	25.45	46.24	36.59
8.	KLBF	<i>Kalbe Farma Tbk</i>	22.69	25.18	24.02	23.96
9.	LSIP	<i>Perusahaan Perkebunan London Sumatera Indonesia Tbk</i>	20.78	24.85	30.78	25.47
10.	PTBA	<i>Bukit Asam (Persero) Tbk</i>	46.57	29.80	35.27	37.21
11.	SGRO	<i>Sampoerna Agro Tbk</i>	18.10	21.92	21.77	20.59
12.	SMGR	<i>Semen Gresik Tbk</i>	35.94	30.35	25.89	30.72
13.	TINS	<i>Timah (Persero) Tbk</i>	11.31	19.17	19.30	16.59
14.	TLKM	<i>Telkom Tbk</i>	22.91	21.47	20.24	21.54
15.	UNVR	<i>Unilever Tbk</i>	53.01	56.76	52.16	53.97
Rata-rata score ROA			23.74	23.87	24.76	24.12

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2012.

Dari tabel 4. 4 Tampak bahwa untuk tahun 2009 rata-rata *Return On Asset* (ROA) perusahaan yang listing di *Jakarta Islamic Index* (JII) mencapai 23.74% dan perusahaan yang memperoleh ROA tertinggi pada periode tersebut adalah Unilever Tbk dengan prosentase 53.01%.

Kemudian untuk tingkat ROA terendah pada periode tersebut adalah Global Mediacom Tbk yaitu sebesar 4.38%.

Pada tahun 2010 rata-rata *Return On Asset* (ROA) perusahaan yang listing di *Jakarta Islamic Index* (JII) mencapai 23.87% meningkat 0.13% dari periode sebelumnya. Perusahaan yang memperoleh ROA tertinggi pada periode ini masih dipegang oleh Unilever Tbk dengan prosentase 56.76%, meningkat sebesar 3.75% dari periode sebelumnya. Kemudian untuk tingkat ROA terendah untuk periode 2010 adalah Elnusa Tbk yaitu sebesar 2.56%, dimana perusahaan ini mengalami penurunan yang cukup tajam sebesar 13.32% dari periode sebelumnya.

Pada tahun 2011 rata-rata *Return On Asset* (ROA) perusahaan yang listing di *Jakarta Islamic Index* (JII) mencapai 24.76% meningkat lagi dari periode sebelumnya yaitu sebesar 0.89%. dan perusahaan yang memperoleh ROA tertinggi pada periode 2011, masih tetap diraih oleh Unilever Tbk dengan prosentase 52.16%, namun pada periode ini Unilever mengalami penurunan sebesar 4.6%. Kemudian untuk tingkat ROA terendah untuk periode 2011 adalah Global Mediacom Tbk yaitu sebesar 2.87%, perusahaan ini mengalami penurunan ROA sebesar 6.36% dari periode sebelumnya.

Selama tiga tahun yaitu 2009, 2010, dan 2011 rata ROA perusahaan yang listing di JII adalah sebesar 24.12%. Untuk rata-rata tertinggi selama 3 tahun diraih oleh Unilever Tbk yaitu sebesar

53.97% dan yang mempunyai rata-rata ROA terendah adalah Global Mediacom Tbk yaitu sebesar 5.49%

4.2.3. Nilai Perusahaan (PBV)

Nilai perusahaan diukur dengan menggunakan indikator *Price Book Value* (PBV), PBV merupakan perbandingan harga penutupan saham (*closing per share common stock*) dengan nilai buku saham biasa (*book value per share common stock*). Harga penutupan saham diketahui dari penentuan oleh BEI atas transaksi yang terjadi. Sedangkan nilai buku (BV) dihitung dengan membandingkan antara modal dengan jumlah saham yang beredar. Berikut tabel mengenai hasil perhitungan PBV.

Tabel 4.5

Nilai Perusahaan yang Listing di JII

Periode 2009, 2010, dan 2011.

No	KODE	NAMA EMITEN	Market Value			RATA-RATA
			2009	2010	2011	
1.	ANTM	<i>Aneka Tambang (Persero) Tbk</i>	2.58	2.44	1.43	2.15
2.	ASII	<i>Astra International Tbk</i>	3.52	4.48	3.95	3.98
3.	BMTR	<i>Global Mediacom Tbk</i>	0.41	1.21	1.63	1.08
4.	ELSA	<i>Elnusa Tbk</i>	1.36	1.22	0.88	1.15
5.	INCO	<i>International Nickel Indonesia Tbk</i>	2.43	3.21	1.98	2.54
6.	INTP	<i>Indocement Tunggal Prakarsa Tbk</i>	4.72	4.49	3.99	4.40
7.	ITMG	<i>Indo Tambangraya Megah Tbk</i>	4.82	8.86	4.46	6.04
8.	KLBF	<i>Kalbe Farma Tbk</i>	3.06	6.14	5.30	4.83
9.	LSIP	<i>Perusahaan Perkebunan London Sumatera Indonesia Tbk</i>	2.99	3.85	2.63	3.15

10.	PTBA	<i>Bukit Asam (Persero) Tbk</i>	6.97	8.31	4.90	6.72
11.	SGRO	<i>Sampoerna Agro Tbk</i>	2.89	2.81	2.25	2.65
12.	SMGR	<i>Semen Gresik Tbk</i>	4.39	4.67	4.65	4.57
13.	TINS	<i>Timah (Persero) Tbk</i>	2.93	3.29	1.83	2.68
14.	TLKM	<i>Telkom Tbk</i>	4.89	3.61	2.33	3.61
15.	UNVR	<i>Unilever Tbk</i>	22.77	31.12	32.23	28.70
Rata-rata score nilai perusahaan (PBV)			4.71	5.98	4.96	5.21

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2012.

Dari tabel 4.5 Tampak bahwa untuk tahun 2009 rata-rata *Price Book Value* (PBV)/nilai perusahaan yang listing di *Jakarta Islamic Index* (JII) mencapai 4.71%, perusahaan yang memperoleh PBV tertinggi pada periode tersebut adalah Unilever Tbk dengan prosentase 22.77%, sedangkan tingkat PBV terendah untuk periode tersebut adalah Global Mediacom Tbk yaitu sebesar 0.41%.

Pada tahun 2010 rata-rata *Price Book Value* (PBV) perusahaan yang listing di *Jakarta Islamic Index* (JII) mencapai 5.98%, meningkat 1.27% dari periode sebelumnya. Perusahaan yang memperoleh PBV tertinggi pada periode 2010 ini masih dipegang oleh Unilever Tbk dengan prosentase 31.12%, meningkat sebesar 8.35% dari periode sebelumnya. Kemudian untuk tingkat PBV terendah untuk periode 2010 adalah Global Mediacom Tbk yaitu sebesar 1.21%, walaupun dikatakan terendah akan tetapi perusahaan ini mengalami kenaikan sebesar 0.8% dari periode sebelumnya.

Pada tahun 2011 rata-rata *Price Book Value* (PBV) perusahaan yang listing di *Jakarta Islamic Index* (JII) mencapai 4.96%, pada periode ini mengalami penurunan dari periode sebelumnya yaitu sebesar 1.02%. Perusahaan yang memperoleh PBV tertinggi pada

periode 2011, masih tetap diraih oleh Unilever Tbk dengan prosentase 32.23% meningkat lagi dari tahun sebelumnya yaitu sebesar 1.11%. Kemudian untuk tingkat PBV terendah untuk periode 2011 adalah Elnusa Tbk yaitu sebesar 0.88%, perusahaan ini mengalami penurunan PBV sebesar 0.34% dari periode sebelumnya.

Selama tiga tahun yaitu 2009, 2010, dan 2011 rata-rata PBV perusahaan yang listing di *Jakarta Islamic Index* (JII) adalah sebesar 5.21%. Untuk rata-rata tertinggi selama 3 tahun diraih oleh Unilever Tbk yaitu sebesar 28.70%, dan yang memiliki rata-rata PBV terendah selama 3 tahun adalah Global Mediacom Tbk yaitu sebesar 1.08%.

4.3. Hasil Uji Asumsi Klasik

4.3.1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Untuk mengetahui normalitas nilai residual, peneliti menggunakan uji *kolmogorov-smirnov* dimana kriteria yang digunakan adalah dengan membandingkan nilai p yang diperoleh dengan taraf signifikansi yang sudah ditentukan, yaitu 5%. Agar berdistribusi normal maka variabel residual harus memiliki nilai signifikansi $\geq 0,05$. Berikut adalah hasil uji *kolmogorov-smirnov* :

Tabel 4.6

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		PBV	CSR	ROA
N		45	45	45
Normal Parameters ^a	Mean	5.2196	.6093	24.1280
	Std. Deviation	6.68714	.23298	1.25518E1
Most Extreme Differences	Absolute	.341	.149	.135
	Positive	.341	.086	.135
	Negative	-.236	-.149	-.079
Kolmogorov-Smirnov Z		2.289	1.001	.905
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000	.269	.386

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2012.

Dari hasil perhitungan menggunakan SPSS, dapat dilihat bahwa variabel PBV berdistribusi tidak normal, dikarenakan tingkat signifikansinya jauh di bawah 0.05 yaitu sebesar 0.000. Setelah dilakukan penelusuran ternyata ada salah satu data yang mempunyai karakteristik yang unik yang berbeda dengan data pada umumnya, yaitu Unilever Tbk. Karena data tersebut berdistribusi tidak normal, maka peneliti mengambil keputusan untuk menghapus data tersebut.

Setelah dilakukan pengolahan ulang, berikut ini adalah hasil perhitungan SPSS setelah penghapusan salah satu data penelitian yang berdistribusi tidak normal:

Tabel 4.7

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		PBV	CSR	ROA
N		42	42	42
Normal Parameters ^a	Mean	3.5419	.6126	21.9960
	Std. Deviation	1.85421	.22810	9.94668
Most Extreme Differences	Absolute	.113	.155	.086
	Positive	.113	.084	.086
	Negative	-.057	-.155	-.086
Kolmogorov-Smirnov Z		.732	1.005	.558
Asymp. Sig. (2-tailed)		.658	.265	.915

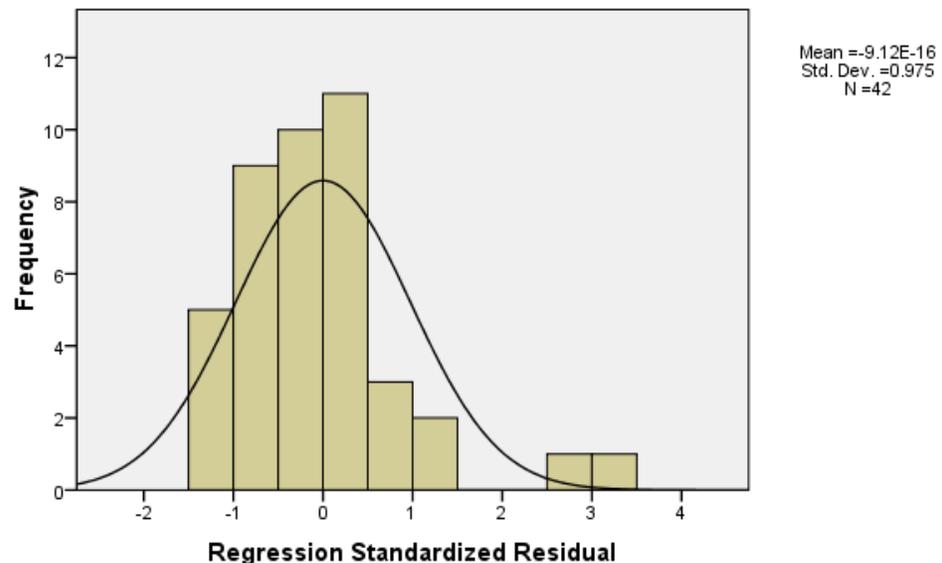
a. Test distribution is Normal.

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2012.

Dari hasil perhitungan SPSS diketahui bahwa semua variabel berdistribusi normal, dapat dilihat dari ketiga variabel tersebut tidak ada variabel yang tingkat signifikansinya kurang dari 0.05, masing-masing PBV sebesar 0.065, CSR sebesar 0.265 dan ROA sebesar 0.915. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Selain itu, uji normalitas juga dapat dilakukan dengan menggunakan histogram. Berikut ini adalah hasil pengolahannya:

Histogram PBV

Dependent Variable: PBV

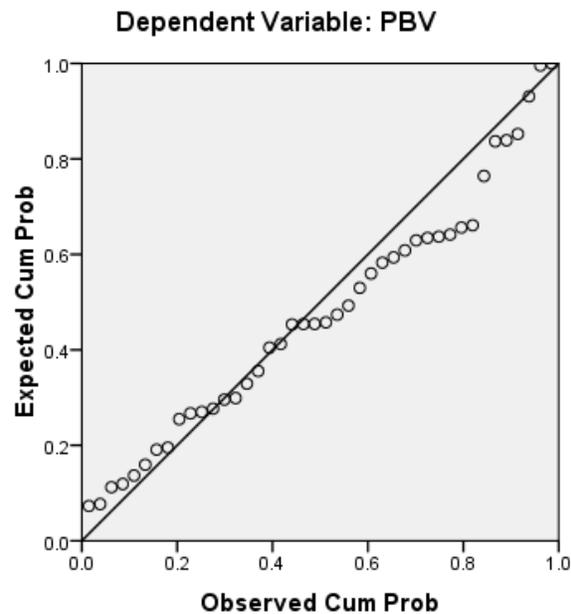


Gambar 4.1

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2012.

Dari histogram di atas, kurva yang terbentuk terlihat normal. Selain menggunakan *kolmogorov-smirnov*, dan histogram, uji normalitas juga dapat diketahui dengan menggunakan normal p-plot yang dapat diketahui dengan melakukan regresi antara variabel independen dan variabel dependen yang diteliti. Histogram yang menunjukkan normalnya suatu distribusi data adalah histogram yang kurvanya tidak menceng ke kiri atau ke kanan, akan tetapi dikatakan normal apabila titik-titik p-plot menyebar disekitar garis diagonal. Berikut adalah gambar mengenai p plot:

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 4.2

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2012.

Normal p-plot yang dihasilkan dari regresi variabel dalam penelitian ini menunjukkan sesuai dengan ketentuan normalnya suatu data yaitu plot titik-titik menyebar di antara garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal sehingga normal p-plot pada penelitian ini menunjukkan distribusi secara normal. Dari hasil uji normalitas didapat kesimpulan bahwa data penelitian berdistribusi secara normal, sehingga data data dalam penelitian ini lolos pada uji normalitas.

4.3.2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Uji multikolinearitas menggunakan nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Berikut adalah hasil uji menggunakan SPSS:

Tabel 4.8

Coefficient Correlations^a

Model			ROA	CSR
1	Correlations	ROA	1.000	-.281
		CSR	-.281	1.000
	Covariances	ROA	.001	-.007

	CSR	-0.07	1.017
--	-----	-------	-------

a. Dependent Variable: SQPBV

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.494	.715		.691	.494		
CSR	.692	1.008	.085	.686	.497	.921	1.086
ROA	.119	.023	.640	5.160	.000	.921	1.086

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2012

Melihat hasil besaran korelasi antar variabel independen tampak hanya variabel ROA dan CSR yang mempunyai korelasi, dengan tingkat korelasi sebesar -0.281 atau sekitar -28.1%. Oleh karena korelasi ini masih di bawah 95% maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas yang serius.

Hasil perhitungan menunjukkan nilai *tolerance* menunjukkan tidak ada variabel independen yang mempunyai nilai *tolerance* kurang dari 0.10 yang berarti bahwa tidak ada korelasi antar variabel independen yang nilainya lebih dari 95%. Hasil perhitungan *Variance Inflation Factor* (VIF) juga menunjukkan hal yang sama tidak ada satupun variabel independen yang memiliki VIF lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan tidak ada multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi dan baik untuk digunakan.

4.3.3. Uji Autokorelasi

Uji ini dipergunakan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi pada model regresi, maka dilakukan pengujian terhadap uji Durbin-Watson (Uji DW). Berikut adalah *out-put* dari hasil uji SPSS:

Tabel 4.9

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.669 ^a	.447	.419	1.41328	2.005

a. Predictors: (Constant), ROA, CSR

b. Dependent Variable: SQPBV

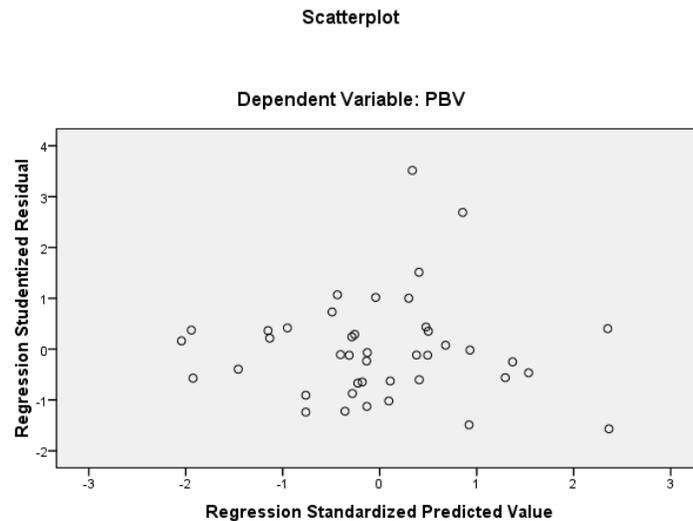
Sumber : Data sekunder yang diolah, 2012

Berdasarkan perhitungan SPSS diperoleh nilai DW sebesar 2,005, dimana nilai DW tersebut lebih besar dari batas atas (du) 1,6061 dan kurang dari $4-du$, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi positif maupun negatif.

4.3.4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut

homoskedastisitas, dan apabila berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Dalam uji heteroskedastisitas dapat menggunakan atau melihat grafik *Scatterplot*. Berikut ini adalah hasil uji SPSS:



Gambar 4.3

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2012

Dari grafik *scatterplots* di atas terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi nilai perusahaan berdasarkan variabel independen *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Profitabilitas* (ROA).

4.4. Hasil Uji Regresi Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel terikat. Berdasarkan perumusan masalah dan hipotesis yang telah ditentukan di depan maka didapat hasil pengolahan data dengan program SPSS sebagai berikut:

Tabel 4.10

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.494	.715		.691	.494
CSR	.692	1.008	.085	.686	.497
ROA	.119	.023	.640	5.160	.000

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2012.

Berdasarkan hasil pengolahan di atas dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0.494 + 0.692 X_1 + 0.119 X_2$$

Dimana:

Y = Nilai perusahaan (PBV)

X_1 = *Corporate Social Responsibility* (CSR)

X_2 = *Profitabilitas* (ROA)

Pernyataan di atas mempunyai makna sebagai berikut:

- a. Dari persamaan regresi linier berganda di atas dapat diambil kesimpulan yaitu apabila semua variabel bebas sama dengan nol, maka nilai perusahaan akan mengalami perubahan sebesar 0.494.

- b. X_1 mewakili koefisien CSR sebesar 0.692 menyatakan bahwa setiap penambahan pengungkapan CSR 1, maka akan menambah nilai perusahaan sebesar 0.692 atau sebesar 69.2%.
- c. X_2 mewakili koefisien *Profitabilitas* (ROA) sebesar 0.119 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 ROA, maka akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0.119 atau sebesar 11.9%.

4.5. Hasil Uji Hipotesis

4.5.1. Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji apakah ada pengaruh masing-masing variabel independen yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Profitabilitas* (ROA) terhadap nilai perusahaan (PBV). Hipotesis untuk uji t adalah sebagai berikut:

- 1) H_0 : CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
 H_1 : CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
- 2) H_0 : *Profitabilitas* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
 H_1 : *Profitabilitas* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil dari pengujian secara *parsial* antara pengaruh variabel CSR dan ROA terhadap nilai perusahaan, dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.11
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.494	.715		.691	.494
CSR	.692	1.008	.085	.686	.497
ROA	.119	.023	.640	5.160	.000

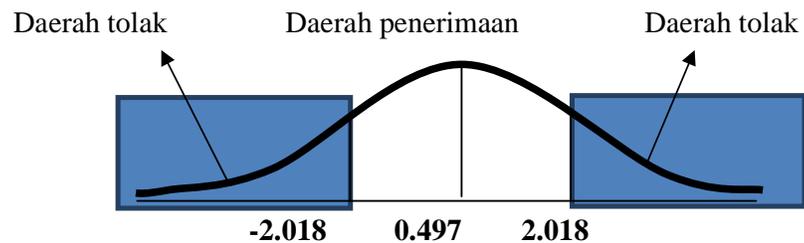
a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : Data sekunder yang diolah 2012.

1) CSR terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian di atas maka diperoleh t hitung sebesar 0.686 dan t tabel sebesar 2,01808 artinya bahwa $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Sedangkan nilai signifikansi CSR dari hasil uji diperoleh 0.497 dimana nilai signifikansinya lebih besar dari 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

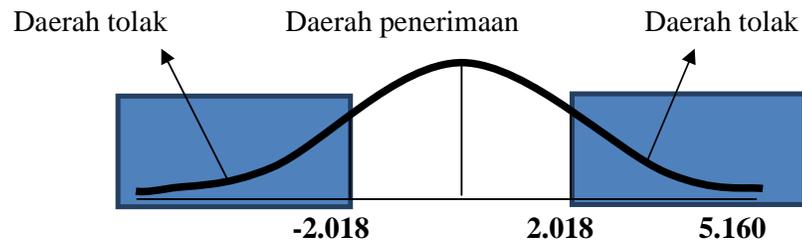
Kurva Kriteria Pengujian Hipotesis



2) *Profitabilitas* terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian di atas maka diperoleh t hitung sebesar 5.160 dan t tabel sebesar 2,01808 artinya bahwa t tabel $<$ t hitung, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sedangkan nilai signifikansi ROA dari hasil uji diperoleh 0.000 dimana nilai signifikansinya lebih kecil dari 0.05 maka didapat bahwa ROA berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kurva Kriteria Pengujian Hipotesis



Secara parsial, variabel independen yang terdiri dari *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *profitabilitas* (ROA), diantara keduanya yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan adalah variabel ROA. Sehingga H_1 yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan ditolak, dan H_2 yang menyatakan bahwa *profitabilitas* berpengaruh terhadap nilai perusahaan diterima.

4.5.2. Uji F (Uji Simultan)

Uji F dilakukan untuk menguji apakah secara bersama-sama (simultan) variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Hipotesis untuk uji F adalah sebagai berikut:

H0 : CSR dan *profitabilitas* tidak berpengaruh simultan terhadap nilai perusahaan

H1 : CSR dan *profitabilitas* berpengaruh simultan terhadap nilai perusahaan

Tabel 4.12

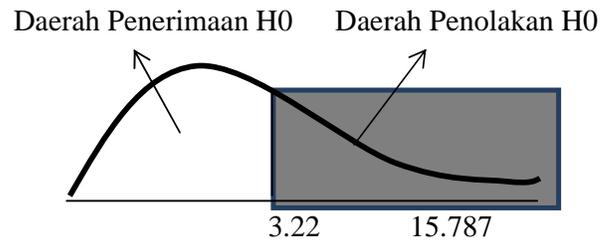
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	63.065	2	31.533	15.787	.000 ^a
Residual	77.897	39	1.997		
Total	140.962	41			

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2012.

Dari pengujian secara keseluruhan (simultan) maka diperoleh hasil seperti yang tampak pada tabel di atas, dimana nilai F hitung dari kedua variabel tersebut adalah 15.787 dengan signifikansi 0,000, sedangkan nilai F tabel adalah 3.22. Maka dapat disimpulkan bahwa $F_{\text{tabel}} > F_{\text{hitung}}$, maka H0 ditolak dan H1 diterima. Dengan demikian kedua variabel independen (CSR dan ROA) secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kurva Kriteria Pengujian Hipotesis



4.5.3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependennya. Nilai R^2 adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang mendekati satu berarti variabel-variabel independennya memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen, dan semakin kecil nilai R^2 berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas.¹¹ Berikut ini adalah tabel hasil perhitungan koefisien determinasi melalui perhitungan SPSS:

Tabel 4.13

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.669 ^a	.447	.419	1.41328	2.005

a. Predictors: (Constant), ROA, CSR

b. Dependent Variable: SQPBV

¹¹ Imam Ghazali, *op. cit.*, hlm: 83.

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2012

Dari hasil perhitungan SPSS tampak bahwa nilai Adjusted R Square adalah 0.419, hal ini berarti 41.9% variasi nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh variasi dari kedua variabel independen yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *profitabilitas* (ROA), sedangkan sisanya 58.1% dijelaskan oleh sebab-sebab lain di luar model. Untuk nilai *Standard Error of Estimate* (SEE) adalah 1.41328, semakin kecil nilai SEE berarti semakin tepat pula model regresi dalam memprediksi variabel dependen.

4.6. Pembahasan

4.6.1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*) apabila perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan hidup karena keberlanjutan merupakan keseimbangan antara kepentingan-kepentingan ekonomi, lingkungan

dan masyarakat.¹² Dengan adanya praktik CSR yang baik, diharapkan nilai perusahaan akan dinilai dengan baik oleh investor.

Hipotesis pertama yang diajukan menyatakan bahwa CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang listing di *Jakarta Islamic Index* (JII). Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh besarnya koefisien untuk CSR sebesar 0.686 dengan tingkat signifikansi 0.497 yang menunjukkan berada di atas 0.05, hal ini berarti variabel CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang listing di JII, sehingga hipotesis pertama ditolak. Hasil ini didukung penelitian yang dilakukan oleh Nurlela dan Islahudin.

Penelitian ini tidak mendukung H1 dan menerima H0, karena kualitas pengungkapan CSR pada perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII) untuk tahun 2009 relatif rendah dan belum mengikuti standar yang dikeluarkan oleh GRI, serta pengungkapan masih terbatas pada item tertentu saja. Dengan demikian kualitas pengungkapan CSR di dalam perusahaan menjadi faktor yang menyebabkan praktik CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini tidak sesuai dengan paradigma *enlightened self-interest* yang menyatakan bahwa stabilitas dan kemakmuran ekonomi jangka panjang hanya akan dapat di capai jika perusahaan

¹² Nurlela dan Islahudin, 2008, Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating, hlm: 16-17.

juga memasukkan unsur tanggung jawab sosial kepada masyarakat paling tidak dalam tingkat yang minimal.¹³

4.6.2. Pengaruh *Profitabilitas* Terhadap Nilai Perusahaan

Investor dalam melakukan investasi di Pasar Modal secara umum lebih memilih perusahaan yang *profitable*, sebab dengan memilih perusahaan yang *profitable*, investor berkeyakinan akan mendapatkan keuntungan dari hasil investasinya yang berupa dividen yang dibagikan kepada pemegang saham.

Hipotesis kedua yang diajukan menyatakan bahwa *profitabilitas* (ROA) berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang listing di *Jakarta Islamic Index* (JII). Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh besarnya koefisien untuk ROA sebesar 5.160 dengan tingkat signifikansi 0.000 yang menunjukkan berada di bawah 0.05, hal ini berarti variabel ROA berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang listing di JII, dengan demikian hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima.

Hal ini juga sejalan dengan teori yang mengatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Perusahaan dengan profitabilitas tinggi juga mempunyai koefisien respon laba yang lebih besar dibanding dengan perusahaan dengan profitabilitas rendah. Ratio laba terhadap nilai buku ekuitas yang tinggi merupakan indikator keberhasilan perusahaan dalam menjalankan operasi saat ini.

¹³ *Ibid*, hlm: 16-17

Sehingga laba lebih penting sebagai penentu ekuitas oleh Burgtähler dan Dichev, dalam Naimah.¹⁴

Hasil dari penelitian ini sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ekayana menyimpulkan bahwa faktor profitabilitas berpengaruh signifikan dalam meningkatkan nilai perusahaan. Hasil ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Santika dan Rahmawati. Profit yang tinggi akan memberikan indikasi prospek perusahaan yang baik sehingga dapat memicu investor untuk ikut meningkatkan permintaan saham. Selanjutnya dengan permintaan saham yang meningkat akan menyebabkan nilai perusahaan akan meningkat oleh Soliha. Profitabilitas menunjukkan tingkat keuntungan bersih yang mampu diraih oleh perusahaan pada saat menjalankan operasinya. Keuntungan yang layak dibagikan kepada pemegang saham adalah keuntungan setelah bunga dan pajak. Semakin besar keuntungan yang diperoleh semakin besar kemampuan perusahaan untuk membayarkan devidennya, sehingga dengan profitabilitas yang tinggi dapat memberikan nilai tambah kepada nilai perusahaannya oleh Ekayana.

4.6.3. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Profitabilitas* terhadap Nilai Perusahaan

¹⁴ Zahroh Naimah, 2006, Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan, Dan Profitabilitas Perusahaan Terhadap Koefisien Respon Laba Dan Koefisien Respon Nilai Buku Ekuitas: Studi Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Jakarta, hlm: 19

Hipotesis ketiga yang diajukan menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *profitabilitas* (ROA) berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang listing di *Jakarta Islamic Index* (JII). Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh nilai F hitung sebesar 15.787 dengan tingkat signifikansi 0.000 yang menunjukkan berada di bawah 0.05, hal ini berarti variabel CSR dan ROA berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang listing di JII, sehingga hipotesis ketiga diterima. Jadi pada penelitian ini menerima H1 dan menolak H0.

Kedua variabel independen dalam penelitian ini memiliki peran yang berbeda-beda terhadap nilai perusahaan, dimana CSR memiliki peran terhadap lingkungan sekitar (eksternal) yang menunjukkan bahwa semakin perusahaan beretika baik maka nilai perusahaan juga akan baik dimata *stakeholder*, dan *profitabilitas* mempunyai peran dalam bidang internal perusahaan sebagai indikator kinerja perusahaan dalam menghasilkan laba dan jika *profitabilitas* naik maka nilai perusahaan akan meningkat, karena investor cenderung memilih perusahaan yang *profitabel*. Dari hasil penelitian keduanya berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan.