

**PENGARUH LIKUIDITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
DENGAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)
SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(Studi Pada Perusahaan Transportasi yang Terdaftar di Bursa Efek
Indonesia (BEI) Tahun 2014-2018)**

SKRIPSI



Oleh

KARTIKA RAMADANI

NIM : 15510089

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2019**

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH LIKUIDITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
DENGAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) SEBAGAI
VARIABEL MODERASI**

**(Studi Pada Perusahaan Transportasi yang Terdaftar di Bursa Efek
Indonesia (BEI) Tahun 2014-2018)**

SKRIPSI

Oleh

**KARTIKA RAMADANI
NIM : 15510089**

Telah disetujui pada tanggal 27 Mei 2019

Dosen Pembimbing,


**Dr. H. Misbahul Munir, Lc.,M.Ei
NIP 19750707 200501 1 005**

Mengetahui :

Ketua Jurusan,



**Drs. Agus Sucipto, MM
NIP 19670816 200312 1 001**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH LIKUIDITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
DENGAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) SEBAGAI
VARIABEL MODERASI
(Studi Pada Perusahaan Transportasi yang Terdaftar di Bursa Efek
Indonesia (BEI) Tahun 2014-2018)**

SKRIPSI

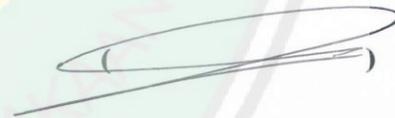
Oleh
KARTIKA RAMADANI
NIM : 15510089

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah
Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM)
Pada 17 Juni 2019

Susunan Dewan Penguji

1. Ketua
Dr. Basir S, SE., MM
NIDT. 19870825 20160801 1 004
2. Dosen Pembimbing/Sekretaris
Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.Ei
NIP. 19750707 200501 1 005
3. Penguji Utama
Muhammad Sulhan, SE., MM
NIP. 19740604 200604 1 002

Tanda Tangan



Disahkan Oleh:
Ketua Jurusan,

Drs. Agus Sucipto, MM
NIP. 19670816 200312 1 001

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Kartika Ramadani
 NIM : 15510089
 Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul :

PENGARUH LIKUIDITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi Pada Perusahaan Transportasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2014-2018)

adalah hasil karya saya sendiri, bukan “duplikasi” dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila dikemudian hari ada “klaim” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 19 Juni 2019

Hormat saya,

METERAI
 TEMPEL
 7B720AFF708172860
 6000
 ENAM RIBURUPIAH



Kartika Ramadani

NIM : 15510089

HALAMAN PERSEMBAHAN

Rasa syukur yang telah diberikan Allah SWT sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dan berjalan dengan baik, kupersembahkan karya ini teruntuk :

Ayah yang selalu memberikan semangat dan mengkhawatirkanku.

Ibu, yang setia mendengarkan ceritaku tanpa bosan, memberikan motivasi dan doa setiap detiknya.

Kakakku dan suami yang selalu memberikan dukungan dan mencemaskanku pada setiap hal serta membantuku ketika kesusahan datang.

Adikku yang membuat diriku termotivasi dalam menyelesaikan skripsi.

Temen-temenku (pihak yang terlibat) yang sabar menjelaskan apa yang tak kumengerti dan menjelaskan ulang.

MOTTO

“Belajar dari kehidupan”



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT karena atas berkat rahmat, taufik, dan hiayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul “Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Perusahaan Transportasi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2018)”.

Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari kegelapan menuju jalan kebaikan yakni agam islam.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan dan sumbangan pemikiran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih yang tak terhingga kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Abdul Haris, M. Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Nur Asnawi, M. Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Drs. Agus Sucipto, MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Bapak Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.Ei selaku Dosen Pembimbing yang selalu sabar dalam mengarahkan, memotivasi dan selalu memberi dukungan dan dorongan semangat.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
6. Ustadz dan ustadzahku selama di Malang yang telah banyak memberikan motivasi maupun nasihat-nasihat yang membangun sehingga dapat menjadi

wawasan baru bagi peneliti yang haus akan ilmu, dan tetap bertahan dari berbagai godaan menjelang dan proses dalam mengerjakan tugas akhir sebagai mahasiswa.

7. Ayahku dan Ibuku tercinta, beserta seluruh keluarga besar Imam Syafi'i dan keluarga besar Saluwi atas do'a, semangat dan dukungan baik moril maupun materil.
8. Sahabat seperjuangan dan teman-teman Ekonomi Jurusan Manajemen 2015 yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
9. Keluarga besar Bayt Tahfidz Cahaya Qur'ani (BTCQ) Gasek, Karangbesuki, Sukun, Kota Malang atas segala dukungan, motivasi, masakan-masakan terenak ala pondok, dan berbagai dorongan semangatnya lainnya sehingga membuat penulis tetap nyaman dalam mengerjakan skripsi.
10. Seluruh pihak yang telah terlibat secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh kesempurnaan.oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif demi kesempurnaan penulisan ini. Penulis berharap semoga karya sederhana ini dapat bermanfaat dengan baik bagi semua pihak .

Aamiin yaa Robbal 'Alamiin...

Malang, 19 Juni 2019

Kartika Ramadani

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|---------|
| HALAMAN SAMBUTAN DEPAN | |
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN | iv |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | v |
| HALAMAN MOTTO | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |
| ABSTRAK (Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris, Bahasa Arab)..... | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 8 |
| 1.3 Tujuan..... | 9 |
| 1.4 Manfaat..... | 9 |
| 1.5 Batasan Penelitian..... | 10 |
| BAB II KAJIAN TEORI | 11 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu..... | 11 |
| 2.2 Kajian Teoritis..... | 22 |
| 2.2.1 Likuiditas..... | 22 |
| 2.2.2 Nilai Perusahaan..... | 27 |
| 2.2.3 <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)..... | 36 |
| 2.2.3.1 Teori-teori <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)..... | 22 |
| 2.2.3.2 Konsep <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)..... | 27 |
| 2.2.3.3 Bentuk <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)..... | 36 |
| 2.2.3.3.1 Aktivitas <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)..... | 41 |
| 2.2.3.3.2 Manfaat <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)..... | 42 |
| 2.2.3.3.3 <i>Corporate Social Responsibility</i> dalam Pandangan Islam..... | 44 |
| 2.3 Kerangka Konseptual..... | 48 |
| 2.4 Hipotesis Penelitian..... | 49 |
| 2.4.1 Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan..... | 49 |
| 2.4.2 <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) memperkuat pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan..... | 50 |

| | |
|---|------------|
| BAB III METODE PENELITIAN | 53 |
| 3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian..... | 53 |
| 3.2 Lokasi Penelitian | 53 |
| 3.3 Populasi dan Sampel Penelitian..... | 53 |
| 3.4 Teknik Pengambilan Sampel..... | 54 |
| 3.5 Data dan Jenis Data | 56 |
| 3.6 Teknik Pengumpulan Data | 57 |
| 3.7 Devinisi Operasional Variabel | 57 |
| 3.8 Analisis Data | 60 |
| 3.8.1 Statistik Deskriptif..... | 60 |
| 3.8.2 Uji Asumsi Klasik | 60 |
| 3.8.3 Uji Hipotesis..... | 63 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 67 |
| 4.1 Hasil Penelitian..... | 67 |
| 4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian | 67 |
| 4.1.2 Hasil Analisis Deskriptif | 78 |
| 4.1.2.1 Likuiditas..... | 76 |
| 4.1.2.2 Nilai Perusahaan..... | 77 |
| 4.1.2.3 Corporate Social Responsibility (CSR)..... | 79 |
| 4.1.3 Statistik Deskriptif..... | 83 |
| 4.1.4 Uji Asumsi Klasik | 84 |
| 4.1.4.1 Uji Normalitas..... | 83 |
| 4.1.4.2 Uji Multikolinieritas..... | 84 |
| 4.1.4.3 Uji Heterokedstisitas..... | 85 |
| 4.1.4.4 Uji Autokorelasi..... | 86 |
| 4.1.5 Uji Hipotesis..... | 88 |
| 4.1.5.1 Uji Koefisien Determinasi | 87 |
| 4.1.5.2 Uji T..... | 87 |
| 4.1.5.3 Uji <i>Moderating Regression Analysis</i> (MRA) | 88 |
| 4.2 Pembahasan | 91 |
| 4.2.1 Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan..... | 92 |
| 4.2.2 Pengaruh Alokasi Dana <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) sebagai Variabel Moderasi dalam hubungan likuiditas terhadap nilai perusahaan..... | 95 |
| BAB V PENUTUP..... | 101 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 101 |
| 5.2 Saran..... | 102 |
| DATAR PUSTAKA | |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1.1 : Perkembangan Likuiditas Perusahaan Transportasi..... | 2 |
| Tabel 1.2 : Daftar perusahaan sub sektor transportasi yang terdaftar di BEI yang sudah melakukan CSR..... | 5 |
| Tabel 2.1 : Penelitian Terdahulu..... | 11 |
| Tabel 2.2 : Persamaan dan Perbedaan penelitian sekarang dan yang terdahulu..... | 17 |
| Tabel 3.1 : Kriteria Pengambilan Sampel..... | 55 |
| Tabel 3.2 : Sampel Penelitian..... | 56 |
| Tabel 3.3 : Devinisi Operasional Variabel..... | 59 |
| Tabel 4.1 : Kriteria Penarikan Sampel..... | 68 |
| Tabel 4.2 : Daftar Sampel Perusahaan..... | 69 |
| Tabel 4.3 : Statistik Deskriptif..... | 83 |
| Tabel 4.4 : Hasil Uji Multikolinieritas..... | 86 |
| Tabel 4.5 : Hasil Uji Koefisien Rank Sparman (uji glejser) Correlation..... | 87 |
| Tabel 4.6 : Hasil Uji Durbin-Watson..... | 88 |
| Tabel 4.7 : Hasil Uji Koefisien Determinan..... | 89 |
| Tabel 4.8 : Hasil Uji T..... | 90 |
| Tabel 4.9 : Hasil Uji Moderasi..... | 91 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 : Perkembangan jumlah penumpang menurut mode transportasi Desember 2016– Desember 2017..... | 7 |
| Gambar 2.1 : Kerangka Konseptual..... | 24 |
| Gambar 4.1 : Perkembangan Likuiditas Perusahaan Transportasi Tahun 2014-2018..... | 78 |
| Gambar 4.2 : Perkembangan PBV Perusahaan Transportasi Tahun 2014-2018..... | 80 |
| Gambar 4.3 : Perkembangan Alokasi Dana <i>Corporate Social Responsibility</i> Perusahaan Transportasi Tahun 2014-2018..... | 82 |
| Gambar 4.4 : Hasil Uji Normal Probability Plot..... | 85 |



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Perhitungan Likuiditas Perusahaan Transportasi Tahun 2014-2018
- Lampiran 2 Perhitungsn Nilai Perusahaan Transportasi Tahun 2014-2018
- Lampiran 3 Perhitungan Alokasi Dana *Corporate Social Responsibility* Perusahaan Transportasi Tahun 2014-2018
- Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 5 Uji *Moderating Regression Analysis* (MRA)
- Lampiran 6 Surat Keterangan Penelitian
- Lampiran 7 Bukti Konsultasi
- Lampiran 8 Surat Keterangan Bebas Plagiarisme
- Lampiran 9 Biodata Peneliti

ABSTRAK

Ramadani, Kartika. 2019, SKRIPSI. Judul: “**Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Perusahaan Transportasi yang Terdaftar di BEI Tahun 2014-2018)**”

Pembimbing : Dr. H. Misbahul Munir, Lc.,M.Ei

Kata Kunci : Likuiditas, Nilai Perusahaan, CSR

Tren transportasi online sangat mempengaruhi kehidupan masyarakat. Belanja online dapat mendorong kebutuhan kurir logistik seiring berkembangnya ekspansi oleh gerai-gerai perbelanjaan. Dan perusahaan dituntut untuk mensejahterakan para pemegang saham perusahaan atau *stakeholder*. Nilai perusahaan menjadi alternatif para investor dalam mengambil keputusan untuk membeli saham perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peranan *corporate social responsibility* dalam memoderasi hubungan antara likuiditas terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan transportasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2018. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dan berdasarkan kriteria yang telah ditentukan maka diperoleh sampel sebanyak 8 perusahaan sub sektor transportasi. Pengujian hipotesis penelitian menggunakan *Moderating Regression Analysis* (MRA) dengan IBM SPSS 25.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh sebagai berikut : (1) likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan likuiditas tidak mampu secara nyata meningkatkan nilai perusahaan. (2) variabel alokasi dana *corporate social responsibility* tidak dapat memoderasi hubungan likuiditas terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut dapat dikatakan variabel moderasi (Z) tidak berinteraksi dengan variabel independen (X) dan juga tidak berhubungan dengan variabel dependen (Y) maka variabel Z merupakan variabel moderator homologizer.

ABSTRACT

Ramadani, Kartika. 2019, Thesis. Title: "**Effect of Liquidity Against Corporate Values Corporate Social Responsibility As Variable Moderation (Study on Transportation Companies Listed on the Stock Exchange Year 2014 to 2018)**"

preceptor : Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.Ei

Keywords : Liquidity, Corporate Values, CSR

Online transportation trends greatly affect people's lives. Shopping online can encourage courier logistics needs with a growing expansion of the shopping outlets. And the company is required for the welfare of the company's shareholders or stakeholders. The value of the company to be an alternative for investors in taking the decision to buy shares of the company. The purpose of this study was to determine the role of corporate social responsibility in moderating the relationship between the liquidity of the company's value.

This study uses a quantitative approach. The population in this study is a transport company listed on the Indonesia Stock Exchange in 2014-2018. The sampling technique used was purposive sampling and based on predetermined criteria then obtained a sample of eight companies transport sub-sector. Research hypothesis testing using Moderating Regression Analysis (MRA) with IBM SPSS 25.

These results indicate that the effect as follows: (1) the liquidity does not affect the value of the company. This indicates liquidity is not capable of significantly increasing the company's value. (2) a variable allocation of corporate social responsibility can not moderate relationship to the value of the company's liquidity. It can be said to be a moderating variable (Z) do not interact with the independent variable (X) and also not associated with the dependent variable (Y) then the variable Z is a moderator variable homologizer.

الملخص

رمضاني، كارتیکا 2019. ، الرسالة .العنوان " تأثير السيولة ضد قيم الشركة المسؤولة الاجتماعية للشركات والمتغير الاعتدال) دراسة عن شركات النقل المدرجة في بورصة السنة "2014-2018

مؤدب :

كلمات : السيولة، قيم الشركة، CSR

اتجاهات النقل على الانترنت تؤثر بشكل كبير على حياة الناس .التسوق عبر الإنترنت يمكن أن تشجع اللوجستية الحقيقية يحتاج مع التوسع المتزايد من منافذ التسوق . ويتعين على الشركة من أجل رفاهية مساهمي الشركة أو أصحاب المصلحة .قيمة الشركة ليكون بديلا للمستثمرين في اتخاذ القرار لشراء أسهم الشركة .وكان الغرض من هذه الدراسة هو تحديد دور المسؤولية الاجتماعية للشركات في الاعتدال العلاقة بين السيولة من قيمة الشركة.

تستخدم هذه الدراسة المنهج الكمي .السكان في هذه الدراسة هي شركة النقل المدرجة في اندونيسيا للأوراق المالية في .2014-2018 وكانت هذه التقنية أخذ العينات تستخدم عينات هادف وبناء على معايير محددة سلفا ثم حصلت على عينة من ثمانية القطاع الفرعي شركات النقل .فرضية البحث اختبار باستخدام الاعتدال تحليل الانحدار (MRA) مع IBM SPSS 25

وتشير هذه النتائج إلى أن تأثير على النحو التالي (1) :السيولة لا يؤثر على قيمة الشركة .وهذا يدل على السيولة ليست قادرة على زيادة كبيرة في قيمة الشركة (2) . تخصيص متغير من المسؤولية الاجتماعية للشركات لا يمكن العلاقة معتدلة إلى قيمة السيولة للشركة .ويمكن القول أن يكون معتدلا متغير (Z) لا تتفاعل مع المتغير المستقل (X)، وكذلك لا ترتبط مع المتغير التابع (Y) ثم Z المتغير هو homologizer مشرف متغير.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manajemen keuangan sebagai salah satu fungsi keuangan yang penting dalam kegiatan perusahaan. Dalam pengelolaan fungsi keuangan, dana yang dibutuhkan untuk dapat digunakan dalam mengoperasikan dan mengembangkan usahanya merupakan unsur penting yang perlu diperhatikan. Perusahaan harus banyak memiliki pertimbangan yang dapat digunakan untuk menjaga kestabilan kondisi perusahaan. Adapun pertimbangan tersebut adalah menjaga tingkat likuiditas (utang jangka pendek) dan melakukan pengelolaan biaya operasional agar tidak terjadi yang namanya inefisiensi biaya. Sawir (2009) menjelaskan suatu perusahaan terhadap kemampuannya dalam memenuhi kewajiban keuangannya yang disebut dengan likuiditas. Ketidamampuan perusahaan dalam membayar kewajibannya (saat jatuh tempo) dapat disebabkan dari beberapa faktor. Dalam Kasmir (2010) Pertama dapat dikarenakan perusahaan memang kekurangan biaya, namun pada waktu jatuh tempo perusahaan tidak mempunyai dana yang cukup secara tunai sehingga perusahaan dalam waktu tertentu harus menunggu pemasukan kembali untuk dapat memperoleh aktiva seperti menjual surat-surat berharga atau menjual persediaan aktiva lainnya kepada perusahaan lain maupun menagih piutang.

Nilai perusahaan dikatakan sebagai biaya yang wajib dibayar oleh calon investor saat perusahaan tersebut dijual. Harga saham dapat menjadi cerminan bagi manajer dalam proses menaikkan nilai perusahaan melalui peningkatan kesejahteraan pemilik dan pemegang saham (Wardani,2009). Kinerja keuangan perusahaan merupakan suatu penyebab yang mempengaruhi tingkat tinggi rendahnya nilai perusahaan. Suatu perusahaan dengan tingkat pengelolaan keuangan yang baik akan menghasilkan keuntungan yang maksimal sehingga memiliki tingkat pengembalian investasi yang cukup.

Tabel 1.1
Perkembangan Likuiditas Perusahaan Transportasi



Sumber: www.idx.co.id, data diolah peneliti,2019.

Selanjutnya, perkembangan likuiditas perusahaan transportasi mengalami perubahan dalam 3 tahun terakhir 2015-2017. Dimana ada tiga alat transportasi yaitu laut, udara, dan daratan. Pada masing-masing perusahaan tersebut memiliki diwakili

perkembangan tingkat pengembalian hutang jangka pendek atau likuiditas diproksikan oleh *current ratio* menunjukkan ketidakstabilan perusahaan. Dalam hal ini tentunya akan mempengaruhi nilai perusahaan dan juga dapat mempengaruhi keputusan investor dalam membeli saham pada perusahaan transportasi. Sri Hermuningsih,dkk (2017) Dalam temuannya mengatakan bahwa likuiditas mempunyai hubungan positif dengan nilai perusahaan. Peluang pertumbuhan dapat memoderasi hubungan antara likuiditas dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Kemudian penelitian Arf (2015) menyebutkan bahwa likuiditas pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Dan juga Selin Lumoly,dkk(2018) likuiditas yang diproksikan dengan *current ratio* memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian untuk mengklasifikasi besar kecilnya kualitas bisnis dan dapat mempengaruhi luasnya pengungkapan informasi dalam laporan keuangan merupakan skala fungsi dari ukuran perusahaan. Kasmir (2010) mengungkapkan bahwa dengan mendapatkan keuntungan maksimal yang telah ditargetkan, perusahaan dapat memberikan kontribusi untuk karyawan, kualitas kehidupan, serta meningkatkan nilai produk dan dapat melakukan investasi. Oleh karena itu, manajemen perusahaan dalam praktiknya harus mampu memenuhi target perusahaan. Artinya keuntungan yang besar dapat dicapai sesuai dengan target yang diharapkan dan bukan hanya asal mendapat untung.

Menurut Prapaska (2012) dalam Maula (2018) salah satunya untuk mengukur nilai perusahaan adalah menggunakan rasio keuangan yaitu *price to book value* (PBV). Perbandingan nilai pada suatu saham terhadap *book value* disebut dengan

rasio *price to book value* (PBV). *Price to book value* (PBV) yang rendah dicerminkan dengan harga saham yang *undervalued* yaitu indikasi adanya penurunan kualitas dan kinerja fundamental emiten. Dengan demikian dapat diketahui dari nilai buku apakah tingkat harga sahamnya *undervalued* atau *overlued*. Sedangkan *price to book value* (PBV) yang tinggi mencerminkan harga saham *overload* serta menimbulkan persepsi investor yang berlebihan terhadap perusahaan.

Dalam mengidentifikasi dan mengukur adanya pengaruh dari likuiditas terhadap nilai perusahaan peneliti menggunakan rasio keuangan likuiditas yang digunakan. Disebutkan suatu penelitian oleh Safitri (2018) mengungkapkan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah perusahaan dalam memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal.

Corporate social responsibility (CSR) yang telah diatur dalam undang-undang No. 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal dan Undang-undang No.40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi hubungan likuiditas terhadap nilai perusahaan. Dalam Xin Cgang,dkk (2017) menyatakan Likuiditas saham secara negatif

mempengaruhi tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dan pada temuan ini memberikan wawasan dalam ekonomi yang sedang tumbuh seperti di Zimbabwe yang memiliki masalah menonjol pada likuiditas perusahaannya. Kemudian didukung juga oleh Rina Mudjiyanti dan Salis Saevy Maulani (2017) dalam analisisnya juga menghasilkan bahwa likuiditas berpengaruh negatif signifikan terhadap bahwa

likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Oleh karena itu *corporate social responsibility (CSR)* merupakan suatu kewajiban bagi perusahaan, bukan sesuatu yang bersifat sukarela. Hadi (2009) menyatakan praktik tanggung jawab sosial sesungguhnya adalah persoalan etika bisnis. Mengingat, melaksanakan tanggung jawab sosial tak dapat lepas dari panggilan murni pelaku bisnis. Dalam melaksanakan *corporate social responsibility (CSR)*, perusahaan membutuhkan dana yang disebut pengeluaran tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility. Corporate social responsibility (CSR)* Expenditure dapat berupa program yang dapat menaikkan kesejahteraan masyarakat, program pemberian beasiswa, dan program perbaikan infrastruktur termasuk dalam memelihara kondisi lingkungan alam yang sehat dan seimbang (Maula, 2018). Desakan lingkungan perusahaan menuntut perusahaan agar menerapkan strategi untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Strategi perusahaan seperti *corporate social responsibility (CSR)*. Dapat dilakukan untuk memberikan *image* perusahaan yang baik kepada pihak eksternal.

Tabel 1.2

Daftar perusahaan sub sektor transportasi yang terdaftar di BEI yang sudah melakukan CSR

| No. | Kode Saham | Nama Emiten |
|-----|------------|--|
| 1. | ASSA | Adi Sarana Armada Tbk |
| 2. | APOL | Arpeni Pratama Ocean Line |
| 3. | BBRM | Pelayaran Nasional Bina Buana Raya Tbk |

| | | |
|----|------|------------------------------------|
| 5. | GIAA | PT. Garuda Indonesia (persero) Tbk |
| 6. | SHIP | PT. Silo Maritime Perdana Tbk |
| 7. | TMAS | Pelayaran Tempuran Emas Tbk |
| 8. | WINS | Wintermar Offshore Marine Tbk |

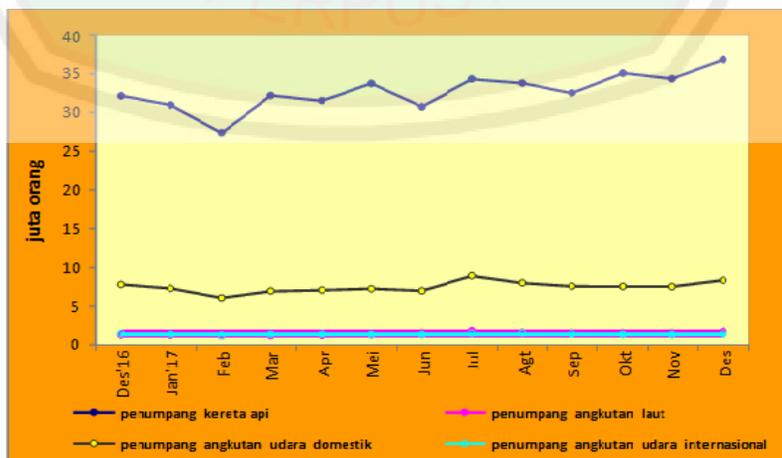
Sumber : website perusahaan, *data diolah*, 2019.

Pada saat ini Indonesia dipengaruhi oleh adanya masyarakat milenial. Dimana hampir semua unsur kegiatan dapat diakses secara online. Hal tersebut berpengaruh pula terhadap ketatnya persaingan dengan transportasi online. Direktur PT. Pemingkatan Efek Indonesia (Pevindo) Vonny Widjadja mengatakan bahwa ada sektor yang peringkat perusahaan beserta surat utangnya menjadi perhatian Pefindo saat ini. Sektor tersebut adalah sektor transportasi. “secara umum, yang masih menjadi concern kami adalah sektor properti dan transportasi. Namun, hal tersebut juga tergantung dari keadaan masing-masing perusahaan. Risiko lebih besar bila leverage-nya tinggi atau bila ada liquidity issue di perusahaan tersebut,” kata Vonny kepada Bisnis, Senin (12/2/2018). Namun, di tahun 2019 sendiri berdasarkan berita yang diterbitkan (wartaekonomi.co.id Kamis, 21/02/2019) menginformasikan ada enam emiten yang melakukan *innitial public offering* (IPO) sepanjang tahun 2019.

Beberapa saham secara *year to date* masih menunjukkan tren positif seperti saham PT Adi Sarana Armada Tbk (ASSA), PT Indomobil Multi Jasa Tbk (IMJS) dan saham yang baru terbit pada akhir tahun lalu yakni PT. Satria Antara Prima Tbk (SAPX). Saham ASSA sudah naik 119,78% ytd ke level Rp.800 per saham dan IMJS sudah naik 16,15% ytd ke level Rp.755 per saham, sejak IPO di akhir tahun 2018

SAPX sudah naik 192% ke level Rp.730 per saham. berdasarkan kondisi tersebut, Sektor penyewaan kendaraan akan terdorong dari tren transportasi online. Analisis Jasa Utama Capital Sekuritas Chris Apriliony mengatakan, emiten transportasi dan logistik akan menarik di tahun 2019. Pengiriman skala besar diprediksi akan berkembang seiring dari ekspansi yang dilakukan oleh gerai-gerai perbelanjaan. Tren belanja online akan meningkatkan kebutuhan kurir logistik.. (Kontan.co.id, Senin, 25/2/19).Oleh karena itu, perusahaan sub sektor transportasi menarik untuk dibahas. Selain maraknya media berbasis online dan bagaimana pengaruhnya terhadap saham transportasi di Indonesia. Dari kondisi tersebut, peneliti ingin melihat bagaimana perusahaan dalam melunasi hutang jangka pendek serta pengaruhnya terhadap nilai perusahaan dengan kemampuan *Coporate Social Responcibility (CSR)* dapat memperkuat atau memperlemah likuiditas terhadap nilai perusahaan dalam mempengaruhi para investor untuk berinvestasi pada perusahaan jasa sub sektor transportasi tersebut.

Gambar 1.1
Perkembangan jumlah penumpang menurut mode transportasi Desember 2016-Desember 2017



Sumber: www.bps.go.id

Perkembangan perusahaan transportasi dapat dilihat bagaimana minat para penumpang terhadap transportasi. Grafik diatas menunjukkan jumlah penumpang tujuan luar negeri (internasional) Desember 2017 mencapai 1,4 juta orang atau naik 7,04% dibandingkan bulan sebelumnya namun turun 1,93% dibandingkan bulan yang sama tahun 2016. Jumlah penumpang angkutan udara domestik Desember 2017 mencapai 8,3 juta orang, naik 11,08%. Jumlah penumpang pelayaran dalam negeri Desember 2017 mencapai 1,7 juta orang, naik 12,10%. Jumlah penumpang kereta api Desember 2017 mencapai 36,8 juta orang, naik 7,12%.

Latar belakang diatas dapat menjadi dasar pemikiran bagi penulis untuk melakukan penelusuran sebagai pengukuran kinerja perusahaan dengan judul penelitian “Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)* Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Perusahaan Transportasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2018)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, didapat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan transportasi yang terdaftar di BEI periode 2014-2018?
2. Apakah *corporate social responsibility* dapat memperkuat atau memperlemah dari variabel likuiditas terhadap nilai perusahaan transportasi yang terdaftar di BEI periode 2014-2018 ?

1.3 Tujuan

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan mengukur pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan transportasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2018
2. Untuk mengetahui dan mengukur apakah *corporate social responsibility* dapat memperkuat likuiditas terhadap nilai perusahaan transportasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2018

1.4 Manfaat

1. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat memberikan kesempatan untuk menerapkan ilmu-ilmu yang didapatkann selama berada di bangku perkuliahan dan dapat dijadikan dasar untuk penelitian-penelitian selanjutnya. Dapat menjadi bahan pengetahuan akan hal yang bersifat praktis teoritis dalam kehidupan nyata serta dapat memberikan keluasan wawasan keilmuan.

2. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan sebagai bahan masukan/evaluasi bagi perusahaan agar dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan menambah wawasan ilmu pengetahuan serta dapat dijadikan dasar untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

terkait dengan masalah likuiditas dalam suatu perusahaan sebagai upaya untuk meningkatkan profitabilitas.

3. Bagi Akademis

Penelitian ini dapat memberikan informasi yang berkaitan dengan pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan serta *corporate social responsibility (CSR)* sebagai variabel moderasi.

1.5 Batasan Penelitian

Batasan penelitian berguna sebagai batasan terhadap suatu obyek penelitian agar obyek tidak meluas. Adapun batasan-batasan dalam penelitian ini adalah emiten perusahaan transportasi pada Bursa Efek Indonesia yang konsisten mengumumkan laporan keuangan pada tahun 2014-2018.

BAB II
KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

| No. | Rujukan Penelitian | Variabel yang Digunakan | Metode | Hasil |
|------------|---|--|--|---|
| 1. | Safitri (2015). <i>Analisis Pengaruh Struktur Modal, Likuiditas dan Efektivitas Terhadap Nilai Perusahaan dan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Manufaktur : Studi pada perusahaan manufaktur yang listing di BEI tahun 2009 sampai tahun 2013.</i> | <p><i>Variabel Dependent :</i> <i>Price Book to Value (PBV)</i></p> <p><i>Variabel Independent :</i> <i>DER, Current Ratio, TATO and ROA</i></p> | Analisis regresi berganda, uji asumsi klasik | Struktur modal (DER) berpengaruh secara positif (signifikan) terhadap Nilai Perusahaan (PBV). Likuiditas (CR) berpengaruh secara positif (signifikan) terhadap nilai perusahaan (PBV). Efektivitas (TATO) berpengaruh secara positif (signifikan) terhadap nilai perusahaan (PBV). Profitabilitas (ROA) mempunyai pengaruh mediasi terhadap hubungan antara struktur modal (DER), Likuiditas (CR) dan efektivitas (TATO) terhadap nilai perusahaan. |

| | | | | |
|----|---|--|--|---|
| 2. | <p>Arif (2015). <i>Pengaruh Struktur Modal, Return On Equity, Likuiditas, dan Growth Opportunity Terhadap Nilai Perusahaan: Studi pada perusahaan jasa yang terdaftar di bursa efek indonesia.</i></p> | <p><i>Variabel Dependent : Price Book to Value (PBV)</i></p> <p><i>Variabel Independent : Debt to Equity Ratio (DER), Return On Equity (ROE), Current Ratio (PER).</i></p> | <p>Uji Asumsi Klasik dan Uji Hipotesis</p> | <p>Struktur Modal tidak berpengaruh secara negatif terhadap nilai perusahaan. <i>Return On Equity</i> berpengaruh secara positif terhadap nilai perusahaan. Likuiditas berpengaruh secara positif terhadap nilai perusahaan. <i>Growth Opportunity</i> berpengaruh secara positif pada nilai perusahaan.</p> |
| 3. | <p>Selin Lumoly,dkk (2018) <i>Pengaruh Likuiditas, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. Studi pada Perusahaan Logam dan Sejenisnya yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.</i></p> | <p>Variabel Dependen : Nilai Perusahaan</p> <p>Variabel Independen : Likuiditas, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas.</p> | <p>Regresi Linier Berganda</p> | <p>Secara persial variabel likuiditas (CR) dan ukuran perusahaan (<i>Size</i>) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV) pada perusahaan logam dan sejenisnya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017. Sedangkan variabel profitabilitas (ROE) berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV) pada perusahaan logam dan sejenisnya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017. Dan secara simultan Likuiditas (CR) ukuran perusahaan (<i>Size</i>) dan profitabilitas (ROE) memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV) pada perusahaan logam dan sejenisnya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017. Perusahaan sebaiknya menjaga ROE dan memperhatikan ukuran perusahaan dan CR untuk dapat meningkatkan nilai perusahaan.</p> |

| | | | | |
|----|--|---|--------------------------|---|
| 4. | Sri Hermuningsih,dkk (2017) Does Growth Opportunities Moderate The Relationship Between Profitability and Liquidity Toward Firm Value? | Variabel Dependen : Nilai Perusahaan Variabel Independen : Profitabilitas dan likuiditas | Regresi Linier Berganda | Dalam temuin ini, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas memiliki hubungan positif dengan nilai perusahaan. Likuiditas memiliki hubungan positif dengan nilai perusahaan. Peluang pertumbuhan mampu memoderasi hubungan antara profitabilitas dan likuiditas terhadap nilai perusahaan. |
| 5. | Afandi (2016) Pengaruh Corporate Social Responsibility Ekpenditure, Corporate Social Responsibility Disclosure, dan Corporate Social Responsibility Governance Terhadap NilaiPerusahaan. | Variabel Dependent : Nilai perusahaan Variabel Independent : Corporate Social Responsibility Expenditure, Corporate Social Responsibility Disclosure Corporate Social Responsibility Governance. | AnalisisRegresi Berganda | 1. <i>Corporate Social Responsibility expenditure</i> tidak berpengaruh secara positif terhadap nilai perusahaan, 2. <i>Corporate Social Responsibility disclosure</i> berpengaruh secara positif terhadap nilai perusahaan, 3. <i>Corporate Social Responsibility governance</i> tidak berpengaruh secara positif terhadap nilai perusahaan. |
| 6. | Putri Yanindha Sari dan Denies Priantinah (2018). Pengaruh Kinerja Keuangan dan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Nilai Perusahaan pada Bank yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia | Variabel Dependen : Nilai Perusahaan Variabel Independen : Kinerja Keuangan, Corporate Social Responsibility | Regresi Linier Berganda | (1) <i>Non Performing Loan</i> berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan, (2) <i>Loan to Deposit Ratio</i> berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan, (3) <i>Return on Asset</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan, (4) <i>Capital Adequacy</i> |

| | | | | |
|----|--|---|---|---|
| | <i>Periode 2011-2015.</i> | | | <i>Ratio</i> berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan, (5) <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan, dan (6) Terdapat pengaruh Kinerja Keuangan (NPL, LDR, ROA, dan CAR) dan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan. |
| 7. | Safitri Yohana, dkk (2018) <i>Peranan Corporate Social Responsibility dalam Memoderasi Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan.</i> (studi empiris pada perusahaan industri manufaktur yang tercatat di BEI tahun 2013 sampai tahun 2017) | Variabel dependen : Nilai perusahaan Variabel Independen : Profitabilitas, leverage, likuiditas | Analisis regresi liner berganda dan uji moderated regression analysis (MRA) | Profitabilitas, leverage, dan likuiditas berpengaruh secara positif (signifikan) terhadap nilai perusahaan. <i>Corporate socia responsibility</i> (CSR) sebagai variabel pemoderasi tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas, leverage, dan likuiditas kepada nilai perusahaan. |
| 8. | Hafiana Farah, dkk (2019) Pengaruh corporate social responsibility, struktur modal, dan likuiditas terhadap nilai perusahaan: profitabilitas sebagai variabel moderating (studi | <i>Variabel Dependent</i> : Nilai perusahaan <i>Variabel Independent</i> : CSR, struktur modal, likuiditas | Analisis regresi linier berganda dan IBM SPSS | Corporate social responsibility berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Struktur modal berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian ini profitabilitas tidak mampu memoderasi |

| | | | | |
|-----|---|--|-------------------------|---|
| | kasus pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2015-2017) | | | hubungan antara struktur modal terhadap nilai perusahaan. Dan profitabilitas tidak mampu memoderasi hubungan antara likuiditas terhadap nilai perusahaan. |
| 9. | Jery Pradina Hadi (2018) Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. Studi Empiris Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016. | Variabel Dependen : Nilai Perusahaan Variabel Independen : Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Profitabilitas | Regresi Berganda | Pengungkapan CSR berpengaruh secara positif (signifikan) terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas sebagai variabel moderasi dapat mempengaruhi hubungan pengungkapan CSR dan nilai perusahaan. |
| 10. | Hantono dan Teng Sauh Hwee (2018) Pengaruh Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Leverage Terhadap Profitabilitas dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Consumer Goods Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. | Variabel Dependen : Profitabilitas Variabel Independen : Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Leverage | Regresi Linier Berganda | Menunjukkan bahwa secara simultan variabel-variabel independen: likuiditas, ukuran perusahaan, leverage dan profitabilitas dengan uji F, secara bersama-sama berpengaruh terhadap Corporate Social Responsibility. Secara parsial dengan uji t, variabel likuiditas, ukuran perusahaan, leverage dan profitabilitas berpengaruh terhadap corporate social responsibility. |

| | | | | |
|-----|--|--|----------------------------|--|
| 11. | Xin Chang,dkk (2017) Stock Liquidity and Corporate Social Responsibility. | Variabel penelitian : Likuiditas dan CSR | Regresi Linier Berganda | Likuiditas saham secara negatif mempengaruhi tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dan pada temuan ini memberikan wawasan dalam ekonomi yang sedang tumbuh seperti di Zimbabwe yang memiliki masalah menonjol pada likuiditas perusahaannya. |
| 12. | Rina Mudjiyanti dan Salis Saevy Maulani (2017) Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. | Variabel Dependen : pengungkapan Corporate Social Responsibility Variabel Independen : Likuiditas dan Profitabilitas | Regresi Linier Berganda | Hasil analinis menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan corporate social responsibility dengan signifikansi sebesar 0,024 dan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan corporate social responsibility dengan nilai signifikansi sebesar 0,005. |
| 13. | Dian Yuni Damayanti (2017) Peran <i>good corporate governance</i> , profitabilitas, size dan likuiditas dalam mengungkap <i>corporate social responsibility</i> . | Variabel Dependen : <i>good corporate governance</i> , profitabilitas, size dan likuiditas Variabel Independen : <i>corporate social responsibility</i> | Analisis regresi berganda. | Secara simultan, komisaris independen, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusion terhadap pengungkapan CSR. Komisaris independen tidak berpen-garuh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur, Kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur, Kepemilikan institusional ber-pengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusa-haan manufaktur, Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terha-dap pengungkapan |

| | | | |
|--|--|--|---|
| | | | CSR pada perusahaan manufaktur, <i>Size</i> berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur, Likuiditas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur. |
|--|--|--|---|

Sumber : Data diolah penulis,2019.

Tabel 2.2
Persamaan dan Perbedaan antara Penelitian Sekarang dan Penelitian Terdahulu

| No. | Nama, tahun dan judul penelitian | Persamaan | Perbedaan |
|------------|---|--|---|
| 1. | Safitri (2015). <i>Analisis Pengaruh Struktur Modal, Likuiditas dan Efektivitas Terhadap Nilai Perusahaan dan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Manufaktur: Studi pada perusahaan manufaktur ang listing di BEI tahun 2009 sampai tahun 2013.</i> | Peneliti akan membahas kinerja manajemen keuangan dalam mengelola perusahaan melalui fungsi-fungsi kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. | Peneliti menambahkan variabel moderasi untuk menilai apakah dapat memperkuat atau memperlemah dari variabel <i>independent</i> terhadap variabel <i>dependent</i> . |

| | | | |
|----|--|---|---|
| 2. | Arif (2015). <i>Pengaruh Struktur Modal, Return On Equity, Likuiditas, dan Growth Opportunity Terhadap Nilai Perusahaan: Studi Pada Perusahaan Jasa yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.</i> | Peneliti sama sama ingin menguji pengaruh variabel likuiditas kepada nilai perusahaan. | Peneliti menambahkan variabel <i>corporate social responsibility</i> sebagai variabel moderasi. |
| 3. | Selin Lumoly,dkk (2018) Pengaruh Likuiditas, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. Studi pada Perusahaan Logam dan Sejenisnya yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. | Peneliti sama-sama membahas kinerja keuangan serta menguji pengaruhnya terhadap nilai perusahaan. | Peneliti memilih perusahaan transportasi sebagai objek dalam penelitian ini. |
| 4. | Sri Hermuningsih,dkk (2017) Does Growth Opportunities Moderate The Relationship Between Profitability and Liquidity Toward Firm Value? | Peneliti menggunakan variabel likuiditas untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan. | Peneliti menambahkan variabel <i>corporate social responsibility</i> sebagai variabel moderasi dalam menilai variabel likuiditas pada nilai perusahaan. |
| 5. | Afandi (2016) <i>Pengaruh Corporate Social Responsibility Expenditure, Corporate Social Responsibility Disclosure, dan Corporate Social Responsibility Governance terhadap Nilai Perusahaan.</i> | Peneliti menggunakan nilai perusahaan sebagai variabel dependen. | Peneliti menggunakan analisis moderating regression analysis untuk menguji variabel moderasi. |

| | | | |
|----|---|---|---|
| 6. | Putri Yanindha Sari dan Denies Priantinah (2018). <i>Pengaruh Kinerja Keuangan dan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Nilai Perusahaan pada Bank yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun periode 2011 sampai tahun 2015.</i> | Peneliti sama-sama membahas dan ingin mengukur variabel kinerja keuangan dan corporate social responsibility. | Menggunakan analisis moderating regression analysis untuk menguji variabel moderasi. |
| 7. | Safitri Yohana, dkk (2018) <i>Peranan Corporate Social Responsibility dalam Memoderasi Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan (studi empiris pada perusahaan industri manufaktur yang tercatat di BEI).</i> | Corporate social responsibility sebagai variabel moderasi dengan analisis moderating regression analysis untuk menguji variabel moderasi. | Peneliti menggunakan perusahaan transportasi sebagai objek dalam penelitian ini. |
| 8. | Hafiana Farah, dkk (2019) Pengaruh corporate social responsibility, struktur modal, dan likuiditas terhadap nilai perusahaan: profitabilitas sebagai variabel moderating (studi kasus pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2015-2017) | Sama-sama membahas variabel corporate social responsibility serta variabel likuiditas terhadap nilai perusahaan. | Menggunakan alat analisis moderating regression analysis untuk menguji variabel moderasi. |

| | | | |
|-----|---|---|--|
| 9. | Jery Pradina Hadi (2018) Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. Studi Empiris Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016. | Sama- sama menganalisis variabel corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan. | Menggunakan perusahaan transportasi sebagai objek penelitian dan variabel corporate social responsibility sebagai variabel moderasi. |
| 10. | Hantono dan Teng Sauh Hwee (2018) Pengaruh Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Leverage Terhadap Profitabilitas dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Consumer Goods Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. | Peneliti menguji pengaruh likuiditas dengan corporate social responsibility. | Alokasi dana corporate social responsibility sebagai variabel moderasi. |
| 11. | Rina Mudjiyanti dan Salis Saevy Maulani (2017). <i>Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.</i> | Sama-sama menguji pengaruh likuiditas terhadap pengungkapan corporate social responsibility. | Menggunakan alokasi dana <i>corporate social responsibility</i> sebagai variabel moderasi. |
| 12. | Xin Chang,dkk (2017) Stock Liquidity and Corporate Social Responsibility. | Sama-sama ingin mengungkap corporate social responsibility peranan dalam penilaian kinerja keuangan perusahaan. | <i>corporate social responsibility</i> sebagai variabel moderasi untuk menguji hubungan likuiditas pada nilai perusahaan |

| | | | |
|-----|---|---|--|
| 13. | Dian Yuni Damayanti (2017) Peran <i>good corporate governance</i> , profitabilitas, size dan likuiditas dalam mengungkap <i>corporate social responsibility</i> . | Sama saham membahas variabel <i>corporate social responsibility</i> dengan variabel likuiditas. | <i>corporate social responsibility</i> sebagai variabel moderasi dengan menggunakan analisis moderating regression analysis. |
|-----|---|---|--|

Sumber: Data diolah penulis,2019.



2.2 Kajian Teori

2.2.1 Likuiditas

Kasmir (2010) Ketidakmampuan perusahaan untuk membayar kewajiban perusahaan terutama dalam utang jangka pendek (yang sudah jatuh tempo) disebabkan berbagai faktor. Pertama perusahaan memiliki dana, namun saat jatuh tempo perusahaan tidak memiliki dana (tidak cukup) secara tunai, sehingga harus menunggu waktu tertentu, untuk mencairkan aktiva lainnya seperti menagih, menjual surat berharga, menjual sediaan atau aktiva lainnya. Kedua dikarenakan perusahaan sedang tidak memiliki dana sama sekali.

Rasio likuiditas menunjukkan kemampuan perusahaan membayar hutang jangka pendek, jatuh tempo atau untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban (hutang) pada saat ditagih. Penyebab utama kejadian kekurangan dan ketidak mampuan perusahaan membayar kewajiban (hutang) tersebut sebenarnya ialah akibat kelalaian manajemen perusahaan pada usaha yang dijalankan. Sebab lainnya ialah sebelumnya pihak manajemen perusahaan tidak menghitung rasio keuangan yang diberikan, sehingga tidak mengetahui sebenarnya kondisi perusahaan sudah dalam situasi atau keadaan tidak mampu, karena nilai hutang lebih tinggi dari harta lancar perusahaan.

Rasio likuiditas berfungsi untuk menunjukkan atau mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya yang akan jatuh tempo, baik kewajiban kepada pihak luar perusahaan (likuiditas badan usaha) dan didalam perusahaan (likuiditas perusahaan). Kegunaan rasio ini adalah untuk mengetahui kemampuan

perusahaan dalam membiayai dan memenuhi kewajiban perusahaan (hutang) pada saat ditagih (Kasmir, 2010)

Rasio likuiditas yang menunjukkan hubungan antara kas dan aset lancar perusahaan lainnya. Brigham dan Houston (2010) mengatakan bahwa aset likuid merupakan aset yang diperdagangkan oleh pasar aktif sehingga dapat dikonversi secara cepat menjadi kas pada harga pasar yang berlaku. Posisi likuiditas suatu perusahaan berkaitan dengan pertanyaan, apakah perusahaan mampu melunasi utangnya ketika utang tersebut jatuh tempo pada tahun berikutnya.

Conry et al (1990) dalam Marasabessy (2017) menyatakan, parameter yang sering digunakan untuk mengukur likuiditas suatu saham adalah sebagai berikut :

1. Volume perdagangan

Merupakan instrumen yang dapat digunakan untuk melihat reaksi pasar modal terhadap informasi melalui parameter volume saham yang diperdagangkan di pasar.

2. Tingkat *spread*

Merupakan instrumen yang dapat digunakan melihat reaksi pasar modal terhadap informasi melalui parameter perbedaan atau selisih antara harga tertinggi yang diminta untuk membeli dengan harga terendah yang ditawarkan untuk menjual (*bid-ask spread*).

3. *Information flow* (aliran informasi)

4. Jumlah pemegang pada saham

5. Jumlah saham yang beredar

6. *Transaction cost* (biaya transaksi)

7. Harga saham yang dijual

Merupakan suatu instrumen yang dapat digunakan melihat reaksi pasar modal terhadap informasi melalui parameter harga saham di pasar.

8. Volalitas harga pada saham

Merupakan instrumen yang digunakan untuk melihat reaksi pasar modal pada informasi dengan melalui parameter pergerakan harga saham dipasar.

Kemudian Mardiyanto (2009) menyebutkan bahwa, makin tinggi rasio lancar (makin tinggi tingkat likuiditas) makin tinggi pula jumlah kas yang tidak terpaksa sehingga bisa menurunkan tingkat profitabilitas. Tetapi makin tinggi jumlah aktiva lancar (relatif terhadap utang lancar) makin tinggi rasio lancar yang berarti makin tinggi pula tingkat likuiditas perusahaan. Demikian selalu ada pertukaran (*trade off*) antara likuiditas dan profitabilitas. Secara umum jenis rasio likuiditas yang paling sering digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan adalah :

- a) Rasio lancar (*current ratio*), merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih secara keseluruhan. Seberapa banyak aktiva lancar yang tersedia untuk menutupi kewajiban jangka pendek yang segera jatuh tempo. Kasmir (2010) Rasio dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Activa Lancar (current asset)}}{\text{Utang lancar (current liabilitas)}}$$

b) Rasio Kas, merupakan alat untuk mengukur seberapa besar uang kas yang tersedia untuk membayar utang. Dapat dikatakan rasio ini menunjukkan kemampuan sesungguhnya bagi perusahaan untuk membayar hutang hutang jangka pendeknya. Rumus untuk mencari rasio kas adalah:

$$\text{Rasio Kas} = \frac{\text{Kas + surat berharga jangka pendek}}{\text{Utang lancar (current liabilitas)}}$$

c) Rasio perputaran kas, digunakan untuk mengukur tingkat ketersediaan kas untuk membayar tagihan (utang) dan biaya yang berkaitan dengan penjualan. Rumus yang digunakan adalah :

$$\text{Rasio Perputaran Kas} = \frac{\text{Penjualan Bersih}}{\text{Modal kerja bersih}}$$

Penelitian ini rasio yang dipilih sebagai proksi untuk mengukur likuiditas adalah Rasio Lancar (*Current ratio*) karena berdasarkan hasil penelitian penelitian

sebelumnya yang paling sering digunakan untuk mengukur likuiditas perusahaan adalah dengan menggunakan Rasio lancar.

Sedangkan dalam perspektif islam likuiditas dapat disinggung dengan teori hukum hutang piutang yang pada asalnya diperbolehkan dalam syariat islam bahkan orang yang memberikan hutang atau pinjaman kepada orang lain yang sangat membutuhkan adalah hal yang disukai atau dianjurkan, karena didalamnya terdapat pahala yang besar. Dalil yang menunjukkan disyariatkannya hutang piutang adalah sebagaimana yang terdapat pada dalil Al-Qur'an surat Al-Baqarah:282, sebagai berikut :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ
بِالْعَدْلِ 282

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu`amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya dan hendaklah seorang penulis diantara kamu menuliskannya dengan benar. (QS. Al-Baqarah:282)

Menurut tafsir jalalain bermuamalat secara seperti jual-beli, sewa-menyewa, hutang-piutang maupun akad salam atau qardh. Misalnya pinjaman atau pesanan yang diketahui sebagai bukti penguat dan untuk menghindari perselisihan. Selain itu hendaknya dalam menulis haruslah menulis surat utang dengan benar, tanpa menambah ataupun mengurangi jumlah uang ataupun batas waktunya. Dengan demikian seorang manajer keuangan haruslah dapat mengelola keuangan perusahaan

dengan baik dan sebaiknya tetap mempertahankan tingkat likuiditas perusahaan dan menuliskannya dengan benar yang sesuai pada saat jatuh temponya agar dapat menerapkan apa yang telah diajarkan dalam ayat Al-quran tersebut.

Riwayat Abu Hurairah yang berkata bahwa Rasulullah SAW pernah meminjam unta dengan usia tertentu kepada seseorang, kemudian orang itu datang kepada nabi untuk menagihnya. Ketika dicarikan unta yang seumur dengan unta yang dipinjam, ternyata tidak dijumpai, kecuali yang lebih tua dari unta yang dipinjam. Lalu nabi memerintahkan untuk membayar hutangnya itu dengan unta yang lebih tua, maka bersabda:

خَيْرُكُمْ أَحْسَنُكُمْ قَضَاءً (رواه احمد بن حنبل و ابوداود)

Artinya : Sebaik-baik manusia adalah orang yang sebaik-baiknya membayar hutang. (HR. Ahmad Ibnu Hambal dan Abu Daud)

Dari hadist diatas dapat diambil kesimpulan bahwa praktik nabi SAW yang membayar hutangnya dengan penambahan atau nilai lebih mengandung suatu keutamaan dan tuntunan mulia yang patut kita contoh apalagi jika dikaitkan dengan tingkat inflasi yang terus naik dari waktu ke waktu. Asalkan penambahan nilai itu tidak ditetapkan dalam perjanjian sebelumnya dan murni dari keinginan orang yang berhutang.

2.2.2 Nilai Perusahaan

Sebuah perusahaan memiliki tujuan yang jelas. Ada beberapa hal yang mengemukakan tentang tujuan pendirian sebuah perusahaan. Tujuan perusahaan

yang pertama adalah untuk mencapai keuntungan maksimal atau labayang sebesar-besarnya. Tujuan perusahaan yang kedua adalah ingin memakmurkan pemilik perusahaan atau pemilik saham. Sedangkan tujuan perusahaan yang ketiga adalah memaksimalkan nilai perusahaan yang tercermin pada harga sahamnya. Ketiga tujuan perusahaan tersebut sebenarnya secara substansial tidak banyak berbeda. Hanya saja penekanan yang ingin dicapai oleh masing-masing perusahaan berbeda. Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Berbagai kebijakan diambil oleh manajemen dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik dan pemegang saham tercermin pada harga saham (Wardani, 2009).

Menurut Rodoni,dkk (2014) agar dapat menciptakan nilai bagi perusahaan, manajer keuangan harus melakukan 3 hal, yaitu:

1. Mencoba membuat keputusan pendanaan yang tepat.
2. Mencoba membuat keputusan investasi yang tepat.
3. Keputusan dividen yang tepat dan juga keputusan investasi modal kerja bersih.

Nilai perusahaan adalah nilai pasar hutang ditambah dengan nilai pasar ekuiti. Hutang merupakan sebuah janji dari perusahaan peminjaman untuk membayar kembali sejumlah uang pada tanggal tertentu. Klaim hak pemegang saham terhadap nilai perusahaan merupakan nilai sisa (residual) setelah hak pemegang surat hutang dibayarkan. Jika nilai perusahaan dari jumlah yang dijanjikan kepada pemegang surat hutang, maka pemegang saham tidak akan

mendapatkan apa-apa. Semakin tinggi harga saham semakin tinggi nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan dipresentasikan oleh harga pasar dari saham yang merupakan cerminan keputusan investasi pendanaan (financing) dan manajemen asset.

Menurut Gitosudarmo (2002) dalam Arif (2015), aspek-aspek sebagai pedoman perusahaan untuk memaksimalkan nilai perusahaan adalah sebagai berikut:

a. Menghindari risiko yang tinggi

Bila perusahaan sedang melaksanakan operasi yang berjangka panjang, maka harus dihindari tingkat risiko yang tinggi. Proyek-proyek yang memiliki kemungkinan laba yang tinggi tetapi mengandung risiko yang tinggi perlu dihindarkan. Menerima proyek tersebut dalam jangka panjang berarti suatu kegagalan yang dapat mematahkan kelangsungan hidup perusahaan.

b. Membayarkan Dividen

Dividen adalah pembagian laba kepada para pemegang saham oleh perusahaan. Dividen harus sesuai dengan kebutuhan perusahaan maupun kebutuhan para pemegang saham. Perusahaan sedang mengalami pertumbuhan dividen kemungkinan kecil, agar perusahaan dapat

memupuk dana yang diperlukan pada saat pertumbuhan itu. Akan tetapi jika keadaan perusahaan sudah mapan dimana pada saat itu penerimaan yang diperoleh sudah cukup besar, sedangkan kebutuhan pemupukan dana tidak begitu besar maka dividen yang dibayarkan dapat diperbesar, dengan membayarkan dividen secara wajar, maka perusahaan dapat membantu menarik para investor untuk mencari dividen dan hal ini dapat membantu memelihara nilai perusahaan.

c. Mengusahakan pertumbuhan

Apabila perusahaan dapat mengembangkan penjualan, hal ini dapat berakibat terjadinya keselamatan usaha di dalam persaingan di pasar, maka perusahaan yang akan berusaha memaksimalkan nilai perusahaan harus secara terus-menerus mengusahakan pertumbuhan dari penjualan dan penghasilannya.

d. Mempertahankan tingginya harga pasar saham

Harga saham di pasar adalah merupakan perhatian utama dari perhatian manajer keuangan untuk memberikan kemakmuran kepada para pemegang saham atau pemilik perusahaan. Manajer harus selalu berusaha ke arah itu untuk mendorong masyarakat agar bersedia menanamkan uangnya ke dalam perusahaan itu. Dengan pemilihan investasi yang tepat maka perusahaan akan mencerminkan petunjuk sebagai tempat

penanaman modal yang bijaksana bagi masyarakat. Hal ini akan membantu mempertinggi nilai perusahaan.

PBV sangat erat kaitannya dengan harga saham. Perubahan harga saham akan merubah rasio PBV. Rasio PBV yang semakin tinggi mengindikasikan harga saham yang semakin tinggi pula. Harga saham yang tinggi mencerminkan nilai perusahaan yang tinggi. Begitu pula sebaliknya, semakin kecil nilai PBV perusahaan berarti harga saham semakin murah. Hal ini mencerminkan nilai perusahaan rendah. Perusahaan yang harga sahamnya senantiasa tinggi mengindikasikan prospek pertumbuhan perusahaan yang baik. Dengan kata lain, rasio ini mengukur nilai yang diberikan pasar keuangan kepada manajemen dan organisasi perusahaan sebagai sebuah perusahaan yang terus tumbuh (Brigham dan Houston, 2006).

Tandelilin (2001) penilaian saham dikenal adanya tiga jenis nilai, yaitu : nilai buku, nilai pasar dan nilai intrinsik saham. Nilai buku merupakan nilai yang dihitung berdasarkan pembukuan perusahaan penerbit saham (emiten). Nilai pasar adalah nilai saham dipasar, yang ditunjukkan oleh harga saham tersebut dipasar, sedangkan nilai intrinsik atau dikenal sebagai nilai teoritis adalah nilai saham yang sebenarnya atau seharusnya terjadi. Investor berkepentingan mengetahui ketiga nilai tersebut sebagai informasi penting dalam pengambilam keputusan investasi yang tepat. Disaat membeli atau menjual saham, investor akan membandingkan nilai intrinsik dan nilai pasar saham yang bersangkutan. Jika nilai pasar suatu

saham lebih tinggi dari nilai intrinsiknya, berarti saham tersebut tergolong mahal (*overload*). Situasi ini, investor tersebut bisa mengambil keputusan untuk menjual saham tersebut. Sebaliknya jika nilai pasar saham dibawah nilai intrinsiknya, berarti saham tersebut tergolong murah (*undervalued*) sehingga dalam situasi seperti ini investor sebaiknya membeli saham tersebut.

Berdasarkan pendekatan konsep nilai pasar atau *price to book value* tersebut, harga saham dapat diketahui berada diatas atau dibawah nilai bukunya. Pada dasarnya, membeli saham berarti membeli prospek perusahaan. PBV yang tinggi akan membuat investor yakin atas prospek perusahaan dimasa mendatang. Oleh karena itu keberadaan rasio PBV sangat penting bagi para investor maupun calon investor untuk menetapkan keputusan investasi.

Ada beberapa pandangan mengenai teori yang berhubungan dengan nilai perusahaan. Beberapa teori ini berkaitan dengan keputusan nilai perusahaan, diantaranya :

1) *Agency Theory*

Brigham dan Houston (2006) mendefinisikan teori keagenan (*agency theory*) sebagai suatu hubungan dimana para manajer diberi kekuasaan oleh para pemilik saham. Teori keagenan dilandasi oleh tiga buah asumsi, yaitu:

a. Asumsi tentang sifat manusia

Menekankan bahwa manusia memiliki sifat atau mementingkan diri sendiri, memiliki keterbatasan rasionalitas dan tidak menyukai risiko.

b. Asumsi tentang keorganisasian

Asumsi keorganisasian adalah konflik antar anggota organisasi, efisiensi sebagai kriteria produktifitas, dan adanya asimetri informasi antara pemegang saham dan manajer.

c. Asumsi tentang informasi

Asumsi tentang informasi adalah bahwa informasi dipandang sebagai barang komoditi yang dapat diperjual belikan, sehingga untuk mendapatkan informasi dibutuhkan pengorbanan biaya yang harus dikeluarkan. Manajer dalam mengelola perusahaan cenderung mementingkan kepentingan pribadi dari pada untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Adanya berbagai kepentingan ini, masing-masing pihak berusaha untuk memperbesar keuntungan bagi dirinya sendiri. Pemilik menginginkan pengembalian yang sebesar-besarnya dan secepatnya diakomodir sebesar-besarnya atas kinerjanya. *Agency theory* mengasumsikan bahwa semua individu bertindak atas kepentingan mereka sendiri. Pemegang saham sebagai pemilik diasumsikan hanya tertarik pada hasil keuangan berupa pembagian dividen yang bertambah. Sedangkan manajer sebagai agen diasumsikan menerima kepuasan berupa kompensasi keuangan yang tinggi dan syarat-syarat yang menyertai dalam hubungan tersebut. Dengan demikian, maka perbedaan kepentingan antara pemegang saham dan manajer terletak pada maksimisasi manfaat pemegang saham dengan kendala manfaat dan insentif yang akan diterima manajer. Adanya perbedaan kepentingan inilah yang memicu konflik

antara pemilik dan manajer. *Agency theory* pada dasarnya merupakan model yang digunakan untuk merumuskan permasalahan yang berupa konflik antara pemegang saham sebagai pemilik perusahaan dengan manajer sebagai pihak yang ditunjuk atau diberi wewenang oleh para pemegang saham untuk menjalankan perusahaan sesuai dengan kepentingannya.

2) *Signaling Theory*

Teori sinyal mengemukakan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Brigham dan Houston (2006) menyatakan bahwa sinyal adalah suatu tindakan yang diambil oleh manajemen perusahaan yang memberikan petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Perusahaan dengan prospek yang menguntungkan akan mencoba menghindari penjualan saham dan mengusahakan modal baru dengan cara-cara lain seperti dengan menggunakan utang.

Teori sinyal menjelaskan mengapa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan pada pihak eksternal. Dorongan perusahaan untuk memberikan informasi karena terdapat asimetri informasi antara perusahaan dan pihak luar karena perusahaan mengetahui lebih banyak mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang dari pada pihak luar. Kurangnya informasi bagi pihak luar mengenai perusahaan menyebabkan mereka melindungi diri mereka dengan memberikan harga yang rendah untuk

perusahaan. Perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan mengurangi asimetri informasi. Salah satunya cara mengurangi informasi asimetri adalah dengan memberikan sinyal pada pihak luar, salah satunya berupa informasi keuangan yang dapat dipercaya dan akan mengurangi ketidakpastian mengenai prospek perusahaan yang akan datang.

Keberadaan PBV sangat penting bagi investor untuk menentukan strategi investasi di pasar modal. Berdasarkan nilai PBV, investor juga dapat memprediksi saham-saham yang mengalami *undervalued* atau *overvalued*, sehingga dapat menentukan strategi investasi yang sesuai dengan harapan investor untuk memperoleh *dividen* dan *capital gain* yang tinggi.

Formulasi untuk menghitung *price to book value* ditunjukkan dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Price To Book Value} = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku Saham}}$$

Nilai buku saham dapat dihitung dari:

$$\text{Book value per share} = \frac{\text{Total Modal}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$$

Berdasarkan pendekatan konsep nilai pasar atau *Price to Book Value* tersebut, harga saham dapat diketahui berada diatas atau dibawah nilai bukunya. Pada dasarnya, membeli saham berarti membeli prospek perusahaan. PBV yang tinggi akan membuat investor yakin atas prospek perusahaan dimasa mendatang.

Keberadaan rasio PBV sangat penting bagi para investor maupun calon investor untuk menetapkan keputusan investasi.

2.2.3 *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab social perusahaan di dunia dan Indonesia kini telah menjadi isu penting berkaitan dengan masalah dampak lingkungan dalam pembangunan berkelanjutan. Hal tersebut muncul sebagai reaksi dari banyak pihak terhadap kerusakan lingkungan baik fisik, psikis maupun sosial, sebagai akibat dari pengelolaan sumber produksi secara yang tidak benar. Kesadaran untuk menyelamatkan sumber produksi sudah menipis. Para pengelola lebih mementingkan keuntungan finansial sebesar-besarnya dari pada membangun keseimbangan kepentingan dan keberlanjutan pembangunan (Poerwanto, 2010).

Penerapan program *Corporate Social Responsibility (CSR)* juga diatur dalam Undang-undang Nomor 25 tahun 2007 tentang penanaman modal dan Undang-undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Oleh karena itu, CSR merupakan suatu kewajiban bagi perusahaan, bukan sesuatu yang bersifat sukarela. Menurut Poerwanto (2010: 21) tanggungjawab sosial adalah jiwa perusahaan untuk mencapai tujuan-tujuan bisnis yang mencakup citra perusahaan, promosi, meningkatkan penjualan, membangun percaya diri, loyalitas karyawan, serta keuntungan. Hadi (2009) praktik tanggungjawab sosial sesungguhnya adalah

persoalan etika bisnis. Mengingat, melaksanakan tanggungjawab sosial tak dapat dilepas dari panggilan nurani pelaku bisnis.

Prinsip *Corporate Social Responsibility* merupakan komitmen perusahaan terhadap kepentingan para *stakeholders* dalam arti luas daripada sekedar kepentingan perusahaan belaka. Meskipun secara moral adalah baik suatu perusahaan mengejar keuntungan, bukan berarti perusahaan dibenarkan mencapai keuntungan tersebut dengan mengorbankan kepentingan-kepentingan pihak lain yang terkait. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus bertanggungjawab atas tindakan dan kegiatan dari usahanya yang mempunyai dampak baik langsung maupun tidak langsung terhadap *stakeholders* dan lingkungan dimana perusahaan melakukan aktivitas usahanya, sehingga secara positif, hal ini bermakna bahwa setiap perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya sedemikian rupa, pada akhirnya mampu meningkatkan kesejahteraan para *stakeholders* memperhatikan kualitas lingkungan kearah yang lebih baik.

Berpijak pada konsep menciptakan nilai tambah (*value added*) bagi *stakeholders*, maka prinsip *responsibility* dalam *Good Corporate Governance* (GCG) melahirkan gagasan *corporate social responsibility* (CSR) sebagai wujud tanggungjawab sosial perusahaan dalam kehidupan masyarakat. Dalam gagasan CSR, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggungjawab yang berpihak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*), tetapi tanggungjawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines* (3BL). Hal ini didukung dengan

fakta, dimana kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin suatu perusahaan untuk tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*). Keberlanjutan perusahaan akan terjamin apabila perusahaan memerhatikan dimensi sosial dan lingkungan dimana perusahaan melakukan aktivitasnya. Perusahaan yang tidak indah dengan 3BL, maka yang muncul adalah resistensi dari masyarakat terhadap keberadaan dari perusahaan, seperti kasus indorayon di Sumatera Utara, Newmont di Nusa Tenggara Timur, Free Port di Papua dan lain sebagainya.

2.2.3.1 Teori *Corporate Social Responsibility* (CSR)

1) Teori Stakeholders

Stakeholders atau pemangku kepentingan merupakan pihak yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi tujuan perusahaan (Afandani, 2016). Agoes dan Ardana (2014) dalam Afandani (2016), stakeholders dikategorikan dalam 2 kelompok, yaitu stakeholders primer (pelanggan, pemasok, pemodal, dan karyawan) dan stakeholders sekunder (pemerintah, masyarakat, media masa dan aktivis lingkungan). Stakeholders mempunyai hak dalam memperoleh informasi karena memiliki kekuatan (*power*) yang dapat digunakan untuk kegiatan operasional perusahaan.

Teori stakeholders memiliki tujuan untuk mengelola dan mengintegrasikan hubungan dan kepentingan pemegang saham, karyawan, pelanggan, pemasok, masyarakat, dan kelompok lainnya dengan cara menjamin keberhasilan jangka panjang. Teori stakeholders menyatakan bahwa organisasi

memiliki hubungan moral dengan kelompok selain pemegang saham (Freeman dan McVea, 2001 dalam Afandani, 2016). Dengan kata lain, perusahaan tidak hanya fokus pada pemegang saham tetapi harus memberikan manfaat kepada para stakeholders-nya.

2) Teori Legitimasi

Legitimasi diartikan sejauh mana masyarakat mengikuti keberadaan suatu perusahaan. Legitimasi berguna secara potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (Afandani, 2016 dalam Hadi, 2011). Jika perusahaan perusahaan diterima oleh masyarakat maka keberlanjutan perusahaan akan terus berlanjut.

Teori legitimasi merupakan suatu ide mengenai kontrak sosial antara masyarakat atau lingkungan dengan perusahaan dimana perusahaan tersebut beroperasi (Afandani,2016 dalam Rosiana, dkk, 2013). Dengan adanya teori legitimasi, perusahaan akan meyakinkan masyarakat bahwa kegiatan perusahaan dapat bermanfaat dan tidak merugikan. Setiap perusahaan akan melaksanakan kegiatan CSR yang memberikan dampak positif baik itu secara langsung maupun tidak langsung kepada masyarakat. Perusahaan akan memberikan perhatian khusus dalam membangun dan menjaga hubungan yang baik dengan masyarakat di mana perusahaan berdiri dengan aktif dan mendukung berbagai acara masyarakat. Laporan tahunan perusahaan merupakan suatu gambaran dari bagaimana kegiatan perusahaan dalam melaksanakan CSR sehingga perusahaan dapat diterima di masyarakat.

2.2.3.2 Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Satu terobosan besar perkembangan tanggungjawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) dikemukakan oleh Eklington (1997) yang terkenal dengan “*The Triple Bottom Line*” yang dimuat dalam buku “*Canibals with Forks the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business*” konsep mengakui jika perusahaan ingin sustain maka perlu perhatian 3P yaitu bukan hanya profit yang diburu, namun juga harus memberikan kontribusi positif kepada masyarakat (*people*) dan ikut serta dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*). Konsep *Triple Bottom Line* tersebut merupakan kelanjutan dari konsep *sustainable development* yang secara eksplisit telah mengaitkan antara dimensi tujuan dan tanggungjawab baik kepada *shareholder* maupun *stakeholder* (Hadi, 2011).

2.2.3.3 Bentuk *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Kotler (2005) dalam buku “*Corporate Social Responsibility: Doing The Most for your Company*” menyebutkan beberapa bentuk program *Corporate Social Responsibility* yang dapat dipilih yaitu :

- 1) *Cause Promotion* yaitu inisiatif perusahaan untuk mengalokasikan dana atau bantuan dalam bentuk barang dan sumber daya lain untuk meningkatkan kesadaran dan perhatian tentang masalah sosial tertentu atau dalam rangkaian rekrutmen sukarelawan. Tujuanyang ingin dicapai

oleh perusahaan melalui pelaksanaan *couse promotion* (Kotler,2005), adalah sebagai berikut:

- a. Membujuk masyarakat untuk memperoleh informasi lebih banyak mengenai suatu isu sosial dengan mengunjungi *website* tertentu.
 - b. Membujuk orang untuk menyumbangkan waktunya, untuk membantu mereka yang membutuhkannya.
 - c. Membujuk orang untuk menyumbangkan uangnya, untuk kemanfaatan masyarakat melalui pelaksanaan program sosial perusahaan.
 - d. Membujuk orang untuk menyumbangkan sesuatu yang mereka miliki selain uang.
- 2) *Couse related* marketing yaitu perusahaan berkomitmen untuk medonasikan sejumlah uang presentase tertentu dari pendapatan untuk hal tertentu yang terkait dengan penjualan produk. Beberapa aktivitas yang sering dilakukan antara lain:
- a. Menyumbangkan uang tertentu untuk setiap produk yang terjual
 - b. Menyumbangkan sejumlah uang tertentu untuk setiap aplikasi atau rekening yang dibuka.
 - c. Menyumbangkan persentase tertentu dari setiap produk yang terjual atau transaksi untuk kegiatan amal.
 - d. Menyumbangkan persentase tertentu dari laba bersih perusahaan untuk kegiatan sosial atau untuk tujuan amal.

- 3) *Corporate social* marketing berfokus untuk mendorong perubahan perilaku yang berkaitan dengan hal-hal sebagai berikut:
 - a. Isu-isu kesehatan
 - b. Isu-isu perlindungan terhadap kecelakaan/kerugian
 - c. Isu-isu lingkungan
 - d. Isu-isu keterlibatan masyarakat
- 4) *Corporate Philanthropy* yaitu berupa pemberian sumbangan sebagai kegiatan amal. Seringkali dalam bentuk hibah tunai, donasi atau dalam bentuk barang.
- 5) *Community Volunteering* yaitu perwujudan dukungan dan dorongan perusahaan kepada karyawan, mitra pemasaran atau anggota *franchise* untuk menyediakan dan mengabdikan waktu dan tenaga mereka untuk membantu kegiatan organisasi sosial.
- 6) *Socially responsible bussines practice* yaitu adopsi praktik-praktik bisnis yang bersifat diskresi serta berbagai investasi yang mendukung pemecahan masalah sosial tertentu.

2.2.3.4 Aktivitas Corporate Social Responsibility

Menurut Wibisono (2007) mengatakan bahwa ada lima pilar aktivitas dari *Corporate Social Responsibility* (CSR), yaitu:

a) *Buildin Human Capital*

Secara internal, perusahaan dituntut untuk menciptakan SDM yang handal. Secara eksternal, perusahaan dituntut untuk melakukan pemberdayaan masyarakat, biasanya melalui *community development*.

b) *Strengthening Economies*

Perusahaan dituntut untuk tidak menjadi kaya sendiri sementara komunitas dilingkungan miskin, mereka harus memberdayakan ekonomi sekitar.

c) *Assessing Social Chesion*

Perusahaan dituntut untuk menjaga keharmonisan dengan masyarakat sekitarnya agar tidak menimbulkan konflik.

d) *Encouraging Good Governance*

Menjalankan bisnisnya, perusahaan harus menjalankan tata kelola bisnis dengan baik.

e) *Protecting The Environment*

Perusahaan berupaya keras menjaga kelestarian lingkungan.

2.2.3.5 Manfaat *Corporate Social Responsibilit* (CSR)

Kotler (2005) menjelaskan bahwa terdapat banyak manfaat yang dapat diperoleh atas aktivitas CSR. Adapun manfaat dari CSR tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Meningkatkan penjualan dan *market share*.
- b. Memperkuat *brand positioning*.

- c. Meningkatkan citra perusahaan.
- d. Menurunkan biaya operasi.
- e. Meningkatkan daya tarik perusahaan di mata para investor dan analisis keuangan.

Sawir (2009) mengatakan sejumlah pakar *strategic management* menyebutkan ada lima keuntungan atau manfaat utama bila perusahaan mempraktikkan *Corporate Social Responsibility*, diantaranya :

- a. Profitabilitas akan semakin kokoh.
- b. Meningkatkan akuntabilitas dan apresiasi positif dari komunitas investor, kreditor, pemasok dan konsumen.
- c. Meningkatnya konsumen, etos kerja, efisiensi dan produktivitas karyawan.
- d. Menurunnya kerentanan gejolak sosial dan resistensi komunitas sekitarnya karena mereka mereka diperhatikan dan dihargai perusahaan.
- e. Meningkatnya reputasi dan nilai perusahaan dalam jangka panjang.

Oleh karena itu, bisa dipastikan bahwa jika CSR dipraktikkan secara etis dan berkelanjutan serta terintegrasi dalam nilai-nilai kultur perusahaan, lima keuntungan tersebut bisa didapatkan perusahaan secara terus-menerus. Itu tentu akan berdampak positif pada nilai perusahaan, nilai pemegang saham, nilai pajak, dan nilai *stakeholder* secara berkelanjutan.

CSR akan meningkatkan profit perusahaan dan kinerja finansial yang lebih baik karena banyak perusahaan-perusahaan besar yang mengungkapkan program CSR menunjukkan keuntungan yang nyata terhadap peningkatan nilai saham. Disamping itu CSR dapat menurunkan risikobenturan dengan komunitas masyarakat sekitarnya, karena sesungguhnya substansi keberadaan CSR adalah dalam rangka memperkuat keberlanjutan perusahaan itu sendiri di sebuah kawasan, dengan jalan membangun kerjasama antar *stakeholder* yang difasilitasi perusahaan tersebut dengan penyusunan program-program pengembangan masyarakat sekitar atau dalam pengertian kemampuan perusahaan untuk dapat beradaptasi dengan lingkungannya, komunitas, dan *stakeholders* terkait. CSR juga mampu meningkatkan reputasi perusahaan yang di pandang sebagai *social marketing* bagi perusahaan. *Social marketing* akan dapat memberikan manfaat dalam pembentukan *brand image* suatu perusahaan dalam kaitannya dengan kemampuan perusahaan terhadap komitmen yang tinggi terhadap lingkungan selain memiliki produk yang berkualitas tinggi. Hal ini tentu saja akan memberikan dampak positif terhadap volume unit produksi yang terserap pasar yang akhirnya akan mendatangkan keuntungan yang besar terhadap peningkatan laba perusahaan. Kegiatan CSR yang diarahkan memperbaiki konteks korporat inilah yang memungkinkan *aligment* antara manfaat sosial dan bisnis muaranya untuk meraih keuntungan materi dan sosial dalam jangka panjang.

Melakukan CSR secara konsisten dalam jangka panjang akan menumbuhkan rasa keberterimaan masyarakat terhadap kehadiran perusahaan. Kondisi seperti itulah yang pada gilirannya dapat memberikan keuntungan ekonomis bisnis kepada perusahaan yang bersangkutan. CSR tidaklah harus dipandang sebagai tuntutan represif dari masyarakat, melainkan kebutuhan dunia usaha.

2.2.3.6 Corporate Social Responsibility dalam Pandangan Islam

Adapun dalam perspektif islam juga dapat dijelaskan sebagai berikut *Corporate Social Responsibility* (CSR), dilihat dari kacamata ajaran ihsan, program CSR merupakan pengejawatahan dan ajaran kebajikan yang sangat mulia dan terhormat, baik di sisi manusia maupun Tuhan. Dalam islam, Pengungkapan CSR tidak hanya dilakukan sebagai upaya untuk mencegah dampak negatif yang ditimbulkan oleh perusahaan. Masalah yang berkaitan terhadap perilaku etis sebagai bagian penting dari tatanan moral yang dibahas dalam islam. Al Qur'an dan sunnah Nabi Muhammad SAW menekankan bahwa pengusaha harus berbuat baik dan bertindak sesuai dengan perintah Allah SWT.

Djakfar (2012) program CSR merupakan implikasi dari ajaran kepemilikan dalam Islam. Allah adalah Pemilik Mutlak (*haqiqiyah*), sedangkan manusia hanya sebatas pemilik sementara (*temporer*) yang berfungsi sebagai penerima amanah. Selain itu, ia didorong untuk berbuat ihsan (baik) dan dilarang membuat kerusakan di muka bumi, sebagaimana firmanNya :

وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ

Artinya: “Dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu, (QS., al-Qashash, 28:77).

Ayat ini Allah SAW menjelaskan tentang empat macam nasihat dan petunjuk yang ditujukan kepada Qarun oleh kaumnya, namun begitu nasihat dan petunjuk tersebut harus diamalkan pula oleh kita sebagai pengikut Rasulullah SWT karena Al-Quran adalah petunjuk yang sempurna untuk ummat beliau SAW. Barang siapa mengamalkan nasihat dan petunjuk tersebut akan memperoleh kesejahteraan di dunia dan di akhirat kelak. Melakukan program CSR jika motivasinya (niat) tulus membantu masyarakat yang membutuhkan, niscaya bisa dikategorikan ke dalam ibadah *ghairu mahdlah*. Maksudnya, kendati program itu pada asalnya bukan termasuk ibadah, namun karena semata untuk membantu orang lain dan berharap ridla Allah SWT, maka subjek pelakunya akan mendapat pahala sebagaimana melakukan ibadah. Ini berarti apabila niat yang dicanangkan seperti itu, maka keuntungan melakukan CSR tidak saja perusahaan akan semakin dekat dengan masyarakat. Namun yang lebih bermakna, para pengelolanya akan semakin dekat dan mendapat pahala dari Tuhan Yang Maha Rahman, Maha Rahim, dan Maha melihat.

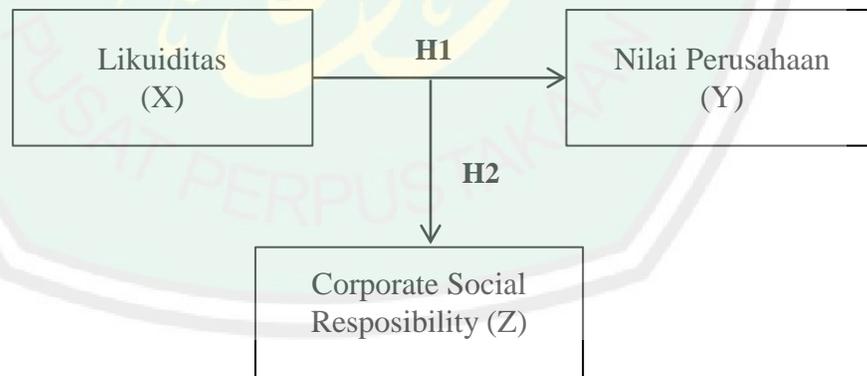
Apabila tidak, katakana saja program CSR itu hanya bermotif ekonomi semata, maka niscaya tidak akan memperoleh pahala ibadah, karena sejak awal telah teralienasi dari nilai-nilai teologis yang sejatinya dapat disetting sejak

merencanakan program. Karena itu betapa ruginya perusahaan yang melakukan program CSR hanya semata-mata ingin meraih keuntungan duniawi sesaat (Djakfar, 2012).

2.3 Kerangka Konseptual

Berdasarkan penjelasan-penjelasan diatas dan sebelumnya, serta teori yang mendasari penelitian ini, variabel tersebut secara tidak sadar saling berhubungan dan berpengaruh penting sebagai pertimbangan dalam memutuskan pembelian saham di perusahaan transportasi. Maka dari itu, peneliti mencoba menganalisa lebih lanjut dan guna memudahkan suatu penelitian maka dibawah ini digambarkan kerangka pemikiran sebagai berikut :

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual



Sumber : Data diolah peneliti, 2019

2.4 Hipotesis Penelitian

H1 : Safitri (2015), Arif (2015), Selin Lumoly,dkk (2018), Sri Hermuningsih,dkk (2017).

H2 : Safitri Yohana, dkk (2018), Hafiana Farah Diana Putri,dkk (2019), Dian Yuni Damayanti (2017), Rina Mudjiyanti dan Salis Saevy Maulani (2017),Xin Chang,dkk (2017).

2.4.1 Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan

Penelitian yang dilakukan oleh Arif (2015) tentang Pengaruh Struktur Modal, *Return On Equity*, Likuiditas, dan *Growth Opportunity* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Jasa Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. Hasil penelitiannya tersebut menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan merupakan cerminan dari harga pasar saham dan jumlah saham yang beredar dari suatu perusahaan.

Penelitian Selin Lumoly,dkk (2018) menjelaskan bahwa Likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Pada saat perusahaan untuk mengurangi risiko likuiditas (CR) maka perusahaan harus meningkatkan rasio likuiditas, karena saat rasio likuiditas meningkat maka para investor akan tertarik dan mampu meningkatkan nilai perusahaan.

Dengan begitu, likuiditas dapat berdampak pada keputusan investor untuk membeli saham perusahaan. Safitri (2015) dalam penelitiannya menyatakan bahwa likuiditas (*current ratio*) berpengaruh positif signifikan

terhadap nilai perusahaan. Kemudian didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Sri Hermuningsih,dkk (2017) menyebutkan Likuiditas memiliki hubungan positif dengan nilai perusahaan. Dari penjelasan tersebut dapat diambil hipotesis sebagai berikut:

H1: Likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan

2.4.2 *Corporate Social Responsibility* (CSR) memperkuat pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan

Pada teori legitimasi berkeyakinan bahwa kekuatan perusahaan yang ditunjukkan rasio likuiditas yang tinggi akan berhubungan dengan tingkat pengungkapan tanggungjawab sosial yang tinggi. Hal ini didasarkan pada kuatnya keuangan suatu perusahaan akan cenderung memberikan informasi yang luas dari pada perusahaan yang memiliki kondisi keuangan yang lemah. Rina Mudjiyanti dan Salis Saevy Maulani (2017) mengungkapkan bahwa bahwa likuiditas berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan corporate social responsibility. Dikatakan juga oleh Xin Chang,dkk (2017) bahwa Likuiditas saham secara negatif mempengaruhi tanggungjawab sosial perusahaan (CSR) dan pada temuan ini memberikan wawasan dalam ekonomi yang sedang tumbuh seperti di Zimbabwe yang memiliki masalah menonjol pada likuiditas perusahaannya.

Begitu juga Hafiana, dkk (2018) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh negatif signifikan

terhadap nilai perusahaan. Setiap perusahaan wajib mengungkapkan kontribusi perusahaan dan mengungkapkan CSR yang berbeda-beda dalam melaporkan dalam *annual report* perusahaan. Praktik dan pengungkapan CSR di Indonesia mulai berkembang seiring dengan semakin meningkatnya perhatian masyarakat global terhadap perkembangan perusahaan-perusahaan trans nasional atau multinasional yang beroperasi di Indonesia. Selain itu, hal ini juga terkait dengan isu kerusakan lingkungan yang terjadi di Indonesia, seperti penggundulan hutan, polusi udara, hingga perubahan iklim. Perkembangan CSR di Indonesia juga dilatar belakangi oleh dukungan pemerintah, yaitu dikeluarkannya regulasi melalui Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 tahun 2007, pasal 66 dan 74.

Namun Safitri Yohana,dkk (2018) menemukan dalam penelitiannya yaitu likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dalam corporate social responsibility (CSR) sebagai variabel pemoderasi tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas, leverage, dan likuiditas terhadap nilai perusahaan

Kemudian Dian (2017) menjelaskan pengungkapan CSR dipengaruhi oleh banyak faktor diantaranya adalah *Good Corporate Governance (GCG)*, profitabilitas, *size*, dan likuiditas. GCG terdiri dari komisisaris independent, kepemilikan manajerial, dan kepemilikan institusional.

**H2 : *corporate social responsibility (CSR)* dapat memperkuat pengaruh
likuiditas terhadap nilai perusahaan**



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

2.3 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif menggunakan alat uji statistik. Menurut Sugiyono (2013) metode penelitian kuantitatif berdasarkan pada filsafat positivisme digunakan pada penelitian untuk populasi atau sampel tertentu. Analisis data bersifat kuantitatif bertujuan untuk menguji hipotesis penelitian. Dalam hal ini, instrumen penelitian digunakan dalam pengumpulan data.

2.4 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di perusahaan transportasi yang terdaftar di Galeri Investasi Pasar Modal Syariah Bursa Efek Indonesia (BEI) UIN Maulana Malik Ibrahim Malang tahun 2014-2018.

2.5 Populasi dan Sampel Penelitian

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2013). Populasi penelitian ini sebanyak 79 perusahaan sub sektor transportasi yang

terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Setiap perusahaan dapat mempublikasikan laporan keuangannya pada masyarakat umum .

b. Sampel

Arikunto (2010) menjelaskan sampel merupakan sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Sedangkan Sugiyono (2013) berpendapat bahwa sampel merupakan suatu kelompok yang diamati dan merupakan bagian dari populasi yang memiliki sifat dan karakteristik tertentu. Dari populasi yang telah disebutkan diatas, pengambilan sampel dari sub sektor transportasi dengan persyaratan kriteria sampel.

2.6 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan peneliti adalah teknik *purposive sampling*. Menurut Arikunto (2010) pengambilan subjek dalam *purposive sampling* bukan didasarkan pada strata, random atau daerah tetapi didasarkan atas adanya tujuan tertentu. Sugiyono (2013) juga mengatakan, teknik *purposive sampling* dilakukan dengan pertimbangan tertentu. Artinya populasi sampel dipilih dengan sengaja berdasarkan tujuan dan pertimbangan yang dibutuhkan. Atau metode *purposive sampling* ini dilakukan dengan cara pemilihan sampel yang sesuai dengan kriteria atau karakteristik yang telah ditentukan. Adapun kriteria pemilihan sampel penelitian ini, sebagai berikut :

1. Perusahaan sub sektor transportasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2018, jika perusahaan baru melakukan IPO

atau yang sudah delisting pada tahun tersebut maka perusahaan tidak dapat dijadikan sampel

2. Perusahaan sub sektor transportasi yang tidak mempublikasikan laporan keuangan selama 3 tahun pengamatan dari tahun 2014-2018.
3. Perusahaan sub sektor transportasi yang tidak mengungkapkan corporate social responsibility (CSR)
4. Perusahaan sub sektor transportasi yang delisting

Tabel 3.1
Kriteria Pengambilan Sampel

| No. | Kriteria | Jumlah |
|--|--|----------|
| 1. | Perusahaan transportasi yang terdaftar di BEI periode 2014-2018 | 74 |
| 2. | Perusahaan yang tidak melaporkan alokasi dana CSR dalam laporan tahunan | (19) |
| 3. | Perusahaan yang tidak mempublikasikan data lengkap untuk pengukuran variabel | (7) |
| 4. | Perusahaan yang <i>delisting</i> | (39) |
| Total sampel yang digunakan dalam periode 2014-2018 | | 8 |

Sumber : Data diolah peneliti, 2019

Kriteria pemilihan sampel tersebut menghasilkan 8 sampel perusahaan yang sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan peneliti dari perusahaan transportasi tahun 2014-2018. Berikut nama-nama sampel perusahaan :

Tabel 3.2
Sampel Penelitian

| No. | Kode Perusahaan | Nama Perusahaan |
|-----|-----------------|------------------------------------|
| 1. | ASSA | Adi Sarana Armada Tbk |
| 2. | APOL | Arpeni Pratama Ocean Line |
| 3. | BBRM | Pelayaran Nasional Bina Buana |
| 4. | BIRD | PT. Blue Bird Tbk |
| 5. | GIAA | PT. Garuda Indonesia (persero) Tbk |
| 6. | SHIP | PT. Sillo Maritime Perdana Tbk |
| 7. | TMAS | Pelayaran Tempuran Emas Tbk |
| 8. | WINS | Wintermar Offshore Marine Tbk |

Sumber: Data diolah peneliti, 2019

Tabel diatas adalah perusahaan transportasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan oleh peneliti.

2.7 Data dan Jenis Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder. Data sekunder dapat diperoleh dari *website* maupun masing-masing blog perusahaan transportasi. Data tersebut berupa data laporan tahunan dan laporan keuangan dari Bursa Efek Indonesia (BEI).

Jenis data yang digunakan adalah data eksternal. Bentuk data tersebut runtun waktu (*time series*) yang dipublikasikan oleh BEI, yaitu data laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan transportasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2018 meliputi likuiditas, nilai perusahaan serta data alokasi dana CSR.

2.8 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah metode dokumentasi. Peneliti mencari data terkait dengan benda-benda tertulis, seperti : dokumen , buku, peraturan-peraturan, koran, majalah dan sebagainya (Arikunto,2002). Teknik dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menelusuri laporan tahunan (*annual report*) maupun laporan keuangan dari perusahaan disesuaikan dengan data yang dibutuhkan. Selain itu studi pustaka juga dilakukan oleh peneliti dengan cara membaca buku atau *searching* di situs tertentu yang berhubungan dengan masalah dalam penelitian.

2.9 Devinisi Operasional Variabel

Menurut Cooper (2006) Variabel adalah simbol dari suatu kejadian , karakteristik, tindakan sifat khusus atau atribut yang dapat diukur dan dikelompokkan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tiga variabel penelitian. Berikut akan dijelaskan variabel-variabel yang digunakan sebagai berikut :

1. Variabel Dependen

Variabel Dependen yang digunakan adalah nilai perusahaan (Y) menggunakan *price to Book value* (PBV). Rumus untuk menghitung *price to book value* ditunjukkan sebagai berikut :

$$Price To Book Value = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku Saham}}$$

2. Variabel Independen

Variabel Independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Likuiditas (X) yang diproksi dengan *current ratio*. Rasio lancar (*current ratio*), merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih secara keseluruhan. Adapun rumus dalam likuiditas adalah sebagai berikut :

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Activa Lancar (current asset)}}{\text{Utang lancar (current liabilities)}}$$

3. Variabel Moderasi

Variabel yang memperkuat atau memperlemah hubungan langsung antara variabel independen dan variabel dependen disebut dengan variabel moderasi. *Corporate social responsibility (CSR)* adalah variabel moderasi yang digunakan peneliti. Data variabel CSR ini diperoleh melalui penelusuran pada laporan keuangan perusahaan transportasi di BEI tahun 2014-2018 yang telah dipublikasikan.

Dalam melakukan pengukuran hipotesis, peneliti menggunakan analisis regresi dengan variabel moderasi (*Moderating Regression Analisis*). Analisis MRA ini selain untuk melihat apakah ada pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat juga

untuk melihat apakah dengan diperlihatkannya variabel pemoderasi dalam model dapat meningkatkan pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat atau malah sebaliknya. Adapun rumus *corporate social responsibility* pada penelitian ini yaitu :

$$CSR = \text{Logarithm natural dana CSR tahun } t$$

Sumber : Basir (2015)

Dana yang digunakan peneliti diambil dari laporan tahunan yang terdaftar di BEI pada tahun 2014-2018 serta dari laporan pada masing-masing situs website perusahaan. Dalam penelitian ini lebih difokuskan pada alokasi sosial CSR.

Tabel 3.3
Devinisi Operasional Variabel

| No. | Variabel | Devinisi | Pengukuran |
|-----|---------------------------------------|---|---|
| 1. | Likuiditas | Mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek | Current ratio = aktiva lancar/utang lancar |
| 2. | Nilai Perusahaan | Nilai pasar utang ditambah dengan nilai pasar ekuiti | <i>PBV</i> = harga pasar per lembar saham/nilai buku per lembar saham |
| 3. | Corporate Social Responsibility (CSR) | suatu kewajiban bagi perusahaan, bukan sesuatu yang bersifat sukarela | CSR = Logarithm natural dana CSR tahun t |

Sumber: Data diolah peneliti, 2019

2.10 Analisis Data

Santoso (2010) mengatakan sebuah regresi akan dapat dipakai untuk prediksi jika memenuhi sejumlah asumsi yang disebut asumsi klasik. Untuk mengetahui pengaruh hubungan antara variabel independen dan dependen serta menguji apakah *corporate social responsibility* (CSR) mempunyai pengaruh terhadap likuiditas dan nilai perusahaan penelitian dilakukan dengan menggunakan statistik deskriptif, uji asumsi klasik dan uji moderasi.

2.10.3 Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2013) statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan atau mendeskripsikan data yang telah terkumpul tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Data tersebut berasal dari data sekunder dimana data-data tersebut bersumber dari laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan transportasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2018.

2.10.4 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik memiliki beberapa syarat, diantaranya adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Adapun dalam uji asumsi klasik terdapat beberapa macam yaitu, uji normalitas, multikolinieritas, heterokedstisitas, dan autokorelasi. Ciri – ciri model regresi yang baik ketika variabel bebas dari deteksi uji asumsi klasik.

a. Uji Normalitas Model

Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah didalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan menggunakan grafik *normal probability plot* (grafik plot). Normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Jika data menyebar disekitar diagonal dan mengikuti arah garis dialo maka regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari garis dialog dan atau tidak mengikuti arah garis dialog, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas .

b. Uji Multikolinieritas

Santoso (2006) mengatakan uji multikolinieritas digunakan untuk menguji adanya korelasi antar variabel independen . Jika terjadi korelasi, variabel tersebut mengandung problem multikolinieritas. Seharusnya model regresi yang baik tidak mengandung korelasi antara variabel independen. Model regresi yang bebas multiko dengan menggunakan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dengan pertimbangan sebagai berikut :

- 1) Jika nilai VIF <10, maka tidak terjadi multikolinieritas
- 2) Jika nilai VIF >10, maka terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heterokedastisitas

Model regresi yang baik adalah apabila dalam variabel penelitian tidak ada masalah heteroskedastisitas. Dalam Priyanto (2013) heterokedastisitas merupakan keadaan dimana terjadinya ketidaksamaan varian pada model regresi. Uji heteroskedastisitas dapat menafsirkan nilai koefisien determinasi akan menjadi sangat tinggi apabila variabel tidak efisien. Uji heterokedastisitas yang digunakan adalah uji glejser. Uji koefisien korelasi Rank Spearman (uji glejser) dapat digunakan untuk mendeteksi adanya variabel pengganggu yaitu dengan cara mengkorelasikan sampel data antara absolut residual hasil regresi dengan semua variabel bebas. Bila hasil nilai signifikansi korelasi lebih kecil dari 0,05 (5%) maka persamaan regresi variabel tersebut terindikasi heterokedastisitas dan sebaliknya.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$. Adapun Cara untuk mendeteksi variabel dengan gejala autokorelasi bisa dilakukan dengan pendeteksian uji percobaan Durbin Watson (Uji DW) dengan ketentuan jika angka D-W diantara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi.

2.10.5 Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinan digunakan untuk mengetahui seberapa baik garis regresi kecocokan data. Nilai R berkisar antara 0-1. Nilai yang kecil disebut sebagai kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen tersebut kecil/terbatas. Sedangkan nilai yang mendekati satu berarti variabel independen dapat memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

b. Uji T (T-test)

Uji statistik dilakukan untuk membuktikan tingkat signifikan atau pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara individual dengan tingkat kepercayaan 95% dan tingkat kesalahan 5%. Dalam hal ini adapun kriteria tersebut yaitu apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka ada pengaruh antara variabel independen dan dependen demikian sebaliknya. Sedangkan untuk menguji signifikansi adalah jika nilai $sig. < 0,05$ maka variabel tersebut signifikan (Ghozali, 2013).

c. Uji *Moderated Regression Analysis* (MRA)

Uji moderated regression analysis (MRA) dapat dilakukan setelah usai melakukan uji normalitas, multikolinieritas, heterokedastisitas, dan autokorelasi (Ghozali, 2013). Pengujian ini dapat dilakukan dengan membuat rumus regresi interaksi, dalam hal ini, variabel moderasi tidak berfungsi sebagai variabel independen maupun dependen. Apabila hasil uji ini beta

yang dihasilkan dari interaksi ZX terhadap Y menghasilkan nilai negatif, maka variabel moderasi Z memperlemah pengaruh variabel X terhadap variabel Y meskipun memperlemah tetapi pengaruhnya tidak signifikan, begitu juga sebaliknya, jika beta menghasilkan positif, maka variabel moderasi dapat memperkuat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam uji MRA dengan satu variabel independen (X), maka kita harus membandingkan tiga persamaan regresi untuk menentukan jenis variabel moderator. Ketiga persamaan tersebut adalah :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X$$

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X + \beta_2 Z$$

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X + \beta_2 Z + \beta_3 XZ$$

Penelitian ini peneliti menggunakan satu variabel dependen, satu variabel independen, dan satu variabel moderasi yaitu nilai perusahaan sebagai variabel dependen, likuiditas sebagai variabel independen dan *corporate social responsibility* sebagai variabel moderasi. Maka persamaannya adalah sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X + \beta_2 Z + \beta_3 XZ$$

Keterangan :

Y = Nilai Perusahaan

X = Likuiditas

$Z = \text{Corporate Social Responsibility (CSR)}$

$X*Z = \text{Interaksi antara Likuiditas dengan CSR}$

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4 = \text{Koefisien Regresi Berganda}$

Dalam model penelitian ini pengaruh variabel moderasi ditunjukkan oleh interaksi antara variabel Likuiditas dengan CSR dan pendekatan interaksi ini bertujuan untuk menjelaskan variasi variabel dependen (nilai perusahaan) yang berasal dari interaksi antara variabel independen dengan variabel moderasi dalam model, yaitu *Corporate social responsibility (CSR)*.

Dari hasil persamaan regresi diatas dapat terjadi beberapa kemungkinan sebagai berikut :

1. Jika variabel moderasi (Z) tidak berinteraksi dengan variabel prediktor/independen (X) namun berhubungan dengan variabel kriteria/dependen (Y) maka variabel Z tersebut bukanlah variabel moderator melainkan variabel intervening atau variabel independen.
2. Jika variabel moderasi (Z) tidak berinteraksi dengan variabel independen (X) dan juga tidak berhubungan dengan variabel dependen (Y) maka variabel (Z) merupakan variabel moderator homologizer .
3. Jika variabel moderasi (Z) berinteraksi dengan variabel independen (X) namun tidak berhubungan signifikan dengan

variabel dependen (Y) maka variabel Z tersebut merupakan variabel moderator murni.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah salah satu perusahaan jasa sub sektor infrastruktur, utilitas dan transportasi yang terdapat di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2014-2018 sebanyak 79 perusahaan dari sub sektor infrastruktur, utilitas dan transportasi. Dalam *annual report* perusahaan menyajikan berbagai informasi lengkap terkait keuangan perusahaan secara mendetail, sehingga peneliti dapat menggunakan *annual report*. Selain itu, Bursa Efek Indonesia (BEI) merupakan satu-satunya yang memiliki data lengkap dan telah terstruktur dengan baik. Maka demikian peneliti dapat mengambil data sampel tersebut.

Perusahaan transportasi merupakan perusahaan jasa sub sektor infrastruktur, utilitas dan transportasi. Bergerak dalam bidang menawarkan jasa transportasi kepada konsumen, maka untuk dapat melakukan kegiatan usahanya perusahaan tersebut memerlukan alat transportasi seperti bus, pesawat atau kapal laut dan alat transportasi tersebut merupakan produk yang berwujud.

Di kenal sebagai salah satu mata rantai jaringan distribusi penumpang dan barang, perusahaan transportasi yang telah berkembang sangat dinamis serta berperan dalam meningkatkan pembangunan ekonomi, politik, pertahanan keamanan maupun sosial budaya. Perusahaan transportasi mempunyai peranan yang strategis dan

penting. Dalam perkembangan sektor ini dapat mencerminkan pertumbuhan ekonomi secara langsung sehingga keberhasilan sektor transportasi dapat dilihat dari kemampuannya dalam menunjang serta mendorong peningkatan ekonomi nasional, regional dan lokal. Stabilitas politik termasuk berbagai indikator transportasi antara lain: kualitas pelayanan, aksesibilitas keterjangkauan, kapasitas, beban publik dan utilisasi.

Populasi yang sesuai dengan tujuan penelitian serta *purposive sampling* menjadi alat pengumpulan sampel yang mengindikasikan bahwa terdapat sampel yang digunakan dalam penelitian ini yang sesuai dengan kriteria sampel. Data yang digunakan yaitu diambil dari laporan tahunan dan laporan keuangan auditan tahun 2014, 2015, 2016, 2017, 2018 yang didapat melalui website www.idx.co.id. Berikut ini tabel kriteria penarikan sampel penelitian :

Tabel 4.1
Kriteria Penarikan Sampel

| No. | Kriteria | Jumlah |
|--|--|----------|
| 1. | Perusahaan transportasi yang terdaftar di BEI periode 2014-2018 | 74 |
| 2. | Perusahaan yang tidak melaporkan alokasi dana CSR dalam laporan tahunan | (19) |
| 3. | Perusahaan yang tidak mempublikasikan data lengkap untuk pengukuran variabel | (7) |
| 4. | Perusahaan yang <i>delisting</i> | (39) |
| Total sampel yang digunakan dalam periode 2014-2018 | | 8 |

Sumber: Data diolah peneliti, 2019

Jumlah perusahaan transportasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2014-2018 berjumlah 74 perusahaan, dari 74 perusahaan transportasi tersebut terdapat 19 perusahaan yang tidak melaporkan alokasi dana CSR dalam laporan tahunannya. Serta terdapat 7 perusahaan tidak mempublikasikan data lengkap untuk pengukuran variabel dalam penelitian ini. Selain itu, terdapat 39 perusahaan yang *delisting* akibat dari permintaan perusahaan sendiri maupun paksaan dari bursa (*force delisting*) dari berbagai faktor. Sehingga jumlah perusahaan sub sektor transportasi yang dapat digunakan sebagai sampel sebanyak 8 perusahaan. Sedangkan sebanyak 40 data total dari pengamatan yang digunakan selama 5 tahun. Berikut adalah nama-nama sampel penelitian yang digunakan sesuai dengan kriteria penarikan sampel dari perusahaan sub sektor transportasi, sebagai berikut :

Tabel 4.2
Daftar Sampel Perusahaan

| No. | Kode Perusahaan | Nama Perusahaan |
|-----|-----------------|------------------------------------|
| 1. | ASSA | Adi Sarana Armada Tbk |
| 2. | APOL | Arpeni Pratama Ocean Line |
| 3. | BBRM | Pelayaran Nasional Bina Buana |
| 4. | BIRD | PT. Blue Bird Tbk |
| 5. | GIAA | PT. Garuda Indonesia (persero) Tbk |
| 6. | SHIP | PT. Sillo Maritime Perdana Tbk |
| 7. | TMAS | Pelayaran Tempuran Emas Tbk |
| 8. | WINS | Wintermar Offshore Marine Tbk |

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2019

Perusahaan tersebut dipilih sebab telah memenuhi kriteria sampel yang dibutuhkan dalam analisis penelitian. Adapun akan disajikan 8 profil perusahaan singkat dari sub sektor transportasi yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

Adapun sejarah singkat transportasi bermula dari sekitar 3500 tahun sebelum masehi penemuan roda pada yang digunakan untuk mempermudah memindahkan suatu barang. Perkembangan transportasi setelah zaman industrialisasi berjalan dengan sangat cepat demikian juga penggunaan transportasi berjalan dengan sangat cepat, dimulai dengan penerapan mesin uap untuk angkutan kereta api dan kapal laut, kemudian disusul dengan ditemukannya mesin dengan pembakaran dalam. Penemuan selanjutnya yang sangat mempengaruhi sistem transportasi adalah dengan dikembangkannya mesin turbin gas, yang kemudian menjadi turbo jet yang digunakan pesawat terbang. Di transportasi laut penemuan yang spektakuler adalah dengan pengembangan bahan bakar nuklir, banyak digunakan untuk kapal selam.

Permasalahan yang kemudian timbul dengan perkembangan transportasi di era industrialisasi adalah jumlah penggunaan energy yang luar biasa dimana hampir seluruh moda angkutan menggunakan energi fosil. Pembakaran energi fosil pada transportasi modern pada gilirannya akan mengeluarkan emisi gas buang dimana sebagian besar dari emisi gas buang tersebut berupa gas rumah kaca yang pada gilirannya mengakibatkan pemanasan global. Oleh karena itu belakangan ini diupayakan untuk mencari energi alternatif yang tidak mencemari lingkungan, mengalihkan transportasi kepada transportasi yang ramah lingkungan.

Berikut beberapa gambaran mengenai perusahaan-perusahaan transportasi yang menjadi sampel dalam penelitian ini yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia :

1. Adi Sarana Armada Tbk

Keberadaan PT. Adi Sarana Armada Tbk, yang lebih dikenal dengan merek dagang ASSA Rent, selanjutnya disebut juga dengan ASSA. Perseroan ini diawali dengan berdirinya PT. Quantum Megahtama Motor pada 17 Desember 1999. Perusahaan bergerak di bidang usaha penyewaan kendaraan dengan jaringan nasional. Pada 22 Januari 2003, PT. Quantum Megahtama Motor berganti nama menjadi PT. Adira Sarana Armada, atau yang dulu lebih dikenal dengan ADIRA Rent. Kemudian seiring perjalanan waktu, pada 7 September 2009, perseroan kembali melakukan perubahan nama menjadi PT. Adi Sarana Armada dengan ASSA sebagai merek dagang utamanya. Transformasi identitas tersebut merupakan penguatan komitmen ASSA untuk menyediakan solusi penyewaan kendaraan terintegrasi di tingkat nasional, mulai dari jasa penyewaan jangka pendek maupun jangka panjang, sistem pengelolaan kendaraan, pelayanan logistik hingga penyediaan juru mudi profesional. Kemudian babak baru bisnis ASSA terjadi pada 12 November 2012 saat Perseroan melakukan penawaran umum saham perdana (Initial Public Offering) kepada masyarakat. Saat itu, perseroan melepas 1,360 juta lembar saham atau 40,03% dari saham perseroan kepada masyarakat dengan

nilai nominal Rp. 100 per lembar saham. dengan IPO tersebut, maka ASSA resmi terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kode emiten “ASSA”.

2. Arpeni Pratama Ocean Line

PT. Arpeni Pratama Ocean Line Tbk mengawali perjalanannya sebagai perusahaan pelayaran Indonesia terdiversifikasi pada tahun 1975. APOL memulai bisnisnya dengan kapal kargo umum sebagai pelopor pengangkut produk perkayuan ke pasar internasional, khususnya Asia Timur. Sejalan dengan pertumbuhan industri sumber daya alam Indonesia, Persero menambah armada guna mendukung transportasi cair, gas, barang dan curah kering untuk pasar domestik dan internasional. Saat ini perseroan memiliki dan mengoperasikan armada berkualitas dan terdiversifikasi, termasuk kapal curah panamax, floating crane, kapal tunda dan tongkang, serta kapal tanker general purpose. Untuk lebih melengkapi bisnis maritimnya, Perseroan mengembangkan jasa transportasi dan logistik hulu ke hilir. Mulai dari keagenan, bongkar muat, pengelolaan kapal sampai pengelolaan jetty. Pada tahun 2005, perseroan memulai penawaran umum perdana dengan mendaftarkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia dengan kode perdagangan APOL.

3. Pelayaran Nasional Bina Buana

Perseroan didirikan dengan nama PT. Pelayaran Nasional Bina Buana Raya berdasarkan Akta Pendirian Perseroan Terbatas No. 1 tanggal 7 Februari 1998 dibuat di hadapan Augi Nugroho Hrtadji, S.H. Notaris di Tanjung Pinang. Dimana kegiatan usaha pada perusahaan ini adalah pelayaran dengan fokus pada kapal penunjang lepas pantai bagi industri minyak dan gas bumi dan kapal tunda dan tongkang. Kemudian Perseroan mengembangkan bisnisnya dengan melakukan penawaran umum perdana dengan mendaftarkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia pada 09 Januari 2013 dengan nama dagang “BBRM” dan melepas saham sebanyak 600.000.000 saham dengan nilai nominal Rp.100 per lembar saham.

4. PT. Blue Bird Tbk

PT. Blue Bird Tbk atau dikenal sebagai Bluebird merupakan pelopor operator taksi dengan armada terbesar di Indonesia. Yang meliputi Jabodetabek, Bali, Bandung, Cimahi, Batam, Cilegon, Lombok, Manado, Medan, Padang, Pekanbaru, Palembang, Semarang, Surabaya, Yogyakarta, Makassar, dan Bangka Belitung, baik dipusat bisnis maupun di daerah wisata. Awal pendirian Bluebird adalah pada 29 Maret 2001. Seiring dengan perkembangan usaha, Bluebird melakukan restrukturisasi kepemilikan saham pada beberapa perusahaan penyedia jasa angkutan darat di tahun 2012. Untuk

mendukung rencana pengembangan usaha Perseroan dalam mempertahankan posisinya sebagai pemimpin pasar di bidang jasa transportasi, Bluebird melaksanakan penawaran umum perdana saham dan mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia dengan kode saham “BIRD” pada tanggal 5 November 2014 dengan melakukan IPO sebanyak 376.500.000 saham dengan nilai nominal Rp.100 per lembar saham dan harga penawaran Rp.6.500 per lembar saham.

5. PT. Garuda Indonesia (persero) Tbk

PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk (yang selanjutnya disebut “Perseroan”) didirikan pada tanggal 31 Maret 1950. Pada tahun 1956, untuk pertama kalinya maskapai tanah air membawa penumpang jamaah haji ke Mekkah sebagai manifestasi dari perkembangan perseroan dan memasuki kawasan Eropa pada tahun 1965 dengan tujuan akhir Amsterdam. Dua dekade berikutnya menandai titik penting dalam sejarah Perseroan di mana terjadi revitalisasi dan restrukturisasi terhadap seluruh struktur Perseroan dan kegiatan operasional guna memasuki era persaingan terbuka industri penerbangan baik di kalangan nasional maupun internasional. Kemudian revitalisasi yang dilakukan Perseroan antara lain diwujudkan melalui pembangunan kapasitas sumber daya manusia yang baik dan berkelanjutan. melalui pendirian sebuah pusat pelatihan karyawan, yaitu Garuda Indonesia Training Center (GITC) yang berlokasi di Jakarta Barat. Perseroan berhasil

melahirkan karyawan yang unggul dan kompeten guna memasuki era persaingan terbuka industri penerbangan secara nasional.

Dalam rangka optimalisasi pemanfaatan sumber daya yang dimiliki, Perseroan dapat melakukan kegiatan usaha penunjang yakni pergudangan, perkantoran, fasilitas pariwisata, serta penyewaan dan pengusahaan sarana dan prasarana yang terkait industri penerbangan. Dan pada 11 Februari 2011 perseroan melakukan pelepasan saham perdana di Bursa Efek Indonesia dengan nama dagang “GIAA”.

6. PT. Sillo Maritime Perdana Tbk

PT. Sillo maritime Perdana Tbk didirikan pada tanggal 1 Juni 1989. Perseroan mengawali bisnis sebagai agen dari perusahaan pelayaran internasional ternama. Namun, meskipun berstatus agen, Perseroan tetap menjunjung tinggi komitmen untuk terus tumbuh dan senantiasa memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan. Komitmen inilah yang memampukan perseroan untuk tetap menjaga eksistensi selama lebih dari 29 tahun di industri pelayaran dalam negeri. Kemudian perseroan memanfaatkan perkembangan usaha penyewaan kapal penunjang di industri hulu minyak dan gas untuk mengubah navigasi bisnis perseroan ke arah yang lebih baik. Selain pembelian kapal, Perseroan memperluas usaha dengan melakukan penawaran umum saham perdana pada tanggal 16 Juni 2016. Keputusan untuk go public

ini membuka peluang yang lebih besar untuk terus tumbuh, seiring dengan penguatan permodalan Perseroan.

7. Pelayaran Tempuran Emas Tbk

Perjalanan Perseroan dimulai pada tanggal 17 September 1987 atas pendirian sebuah perusahaan pelayanan pengiriman barang dalam peti kemas melalui jalur laut, dengan nama PT. Tempuran Emas. Enam tahun kemudian, Perseroan berubah menjadi perusahaan terbuka, tepatnya pada tanggal 25 Juni 2003, melalui penawaran umum saham perseroan sebanyak 451.000.000 lembar saham dengan kode “TMS”. Pada tanggal 9 Juli 2003 nama Perseroan resmi tercatat di lantai Bursa Efek Indonesia dengan nama PT. Pelayaran Tempuran Emas Tbk. Dan menjadi perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

8. Wintermar Offshore Marine Tbk

Sebagai perusahaan Indonesia yang beroperasi dengan standar internasional yang tinggi, Wintermar dikenal sebagai pemimpin dalam industri lepas pantai Indonesia dan dalam beberapa tahun terakhir meninjau wilayah di 12 negara di Asia Pasifik, Timur Tengah, dan Amerika Selatan, termasuk Afrika pada 2018. Perhatian dan komitmen Wintermar terhadap kualitas kapal dan awak kapal didukung dengan pengalaman dalam industri minyak dan gas bumi lepas pantai, telah membuahkan kepercayaan dari para

pelaku utama industri minyak dan gas bumi Indonesia. Dimulai dari penarikan rig jarak jauh hingga pengoperasian suplai platform yang presisi, para klien terus memberikan kepercayaan mereka terhadap pelayanan Wintermar untuk mempertahankan dan merampingkan aktivitas mereka dalam tahap eksplorasi, pengembangan, produksi dan pasca produksi. Pada tahun 2010 perusahaan melakukan penawaran umum perdana saham dan resmi tercatat di Bursa Efek Indonesia dengan nama dagang “WINS”.

Perusahaan-perusahaan diatas merupakan perusahaan yang menjadi objek penelitian ini, dimana peneliti ingin mengetahui kemampuan perusahaan dalam melunasi hutang jangka pendeknya. Selain itu juga untuk melihat dampak dari current ratio terhadap nilai perusahaan yang dapat mempengaruhi para investor dalam mengambil keputusan untuk membeli saham pada perusahaan transportasi tersebut.

Secara teori ekonomi menyatakan bahwa perusahaan harus berorientasi mendapatkan keuntungan *high risk high return*. Dan juga secara sosial, perusahaan harus secara nyata memberikan kontribusi kepada masyarakat yaitu meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan lingkungannya. Perusahaan tidak hanya didapatkan pada tanggung jawab yang berpijak pada perolehan keuntungan perusahaan, tetapi juga harus memperhatikan tanggung jawab sosial dan lingkungannya. Kondisi yang seperti itu tentunya akan membuat perusahaan lebih seimbang dan terlihat baik dimata masyarakat, hal itu biasa disebut dengan *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan.

Pengujian hipotesis dan analisis data dalam penelitian ini terhadap masing masing hipotesis menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistik versi 25 for windows .

4.1.2 Hasil Analisis Deskriptif

4.1.2.1 Likuiditas

Variabel Likuiditas sebagai variabel independen, proksi untuk mengukur likuiditas yang digunakan oleh peneliti adalah Rasio Lancar (*current ratio*). Dimana perkembangan dari proksi tersebut sebagai berikut :

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Activa Lancar (current asset)}}{\text{Utang lancar (current liabilitas)}}$$

Current ratio menunjukkan kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih secara keseluruhan. Kasmir (2010).

Gambar 4.1
Perkembangan Likuiditas Perusahaan Transportasi tahun 2014-2018



Sumber: Data diolah peneliti,2019

Dari grafik diatas menunjukkan rasio likuiditas perusahaan transportasi selama periode tahun 2014-2018 mengalami naik turun. Nilai rata-rata likuiditas tahun 2014 sebesar 5,3. Sedangkan nilai terendah pada tahun 2015 sebesar 5,27. Dan diikuti tahun 2016 mengalami kenaikan tertinggi rata-rata sebesar 6,41 yaitu perusahaan Arpeni Pratama Ocean Line dengan nilai 39,66. Selanjutnya mengalami penurunan ditahun 2017 yaitu sebesar 5,55. Dan kenaikan *current ratio* lagi pada tahun 2018 sebesar 6,2.

Dari perkembangan likuiditas perusahaan transportasi yang diprosikan dengan rumus *current ratio* diatas dapat mempengaruhi para investor untuk melakukan pembelian saham transportasi pada perusahaan tersebut. semakin tinggi tingkat likuiditas atau hutang jangka pendek suatu perusahaan menunjukkan semakin baik pula perusahaan dalam melunasi hutang jangka pendeknya. Begitupun sebaliknya, likuiditas juga dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Melalui serangkaian proses pelaksanaan fungsi manajemen, nilai perusahaan dapat digunakan persepsi investor menggambarkan kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan.

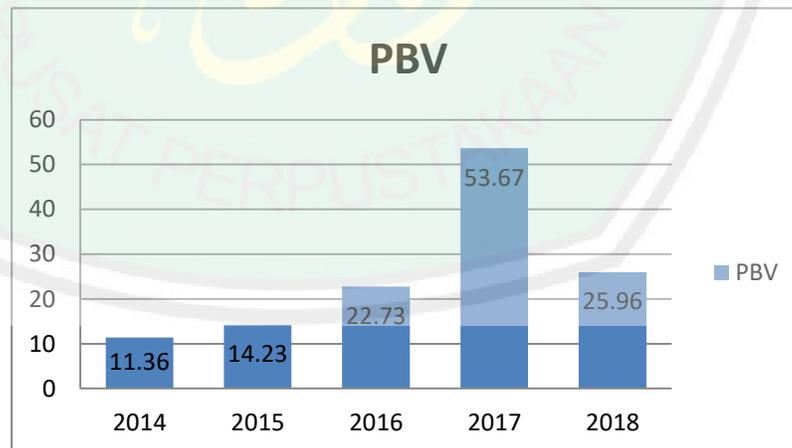
4.1.2.2 Nilai Perusahaan

Price to book value (PBV) menjadi rumus untuk nilai perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini. PBV sangat erat kaitannya dengan harga saham. Nilai buku saham merupakan perbandingan *market value* suatu saham terhadap *book value*, sehingga dapat diketahui apakah tingkat harga

sahamnya *undervalued* atau *overvalued* dari *book value*. Harga saham yang *undervalued* mencerminkan *Price to book value* (PBV) yang rendah, dapat diindikasikan dari adanya penurunan kualitas dan kinerja fundamental emiten.

Berdasarkan data grafik 4.2 dapat disimpulkan bahwa perusahaan transportasi tahun 2014-2018 mengalami fluktuatif harga pasar per lembar maupun nilai buku. Tahun 2014 diperoleh paling rendah yaitu sebesar 11,36 yaitu perusahaan Wintermar Offshore Marine dengan nilai 0,12. Kemudian di tahun 2015 mengalami kenaikan 0,07% dari tahun sebelumnya yaitu sebesar 14,23. Dan mengalami kenaikan lagi di tahun 2016 sebesar 22,73. Selanjutnya tahun 2017 mengalami nilai perusahaan tertinggi sebesar 53,67. Dan tahun 2018 diperoleh angka penurunan sebesar 25,96.

Gambar 4.2
Perkembangan PBV Prusahaan Transportasi tahun 2014-2018



Sumber: Data diolah peneliti, 2019

4.1.2.3 *Corporate Social Responsibility*

Corporate social responsibility (CSR) menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Pelaksanaan CSR atau tanggung jawab sosial menjadi aspek yang penting untuk diperhatikan. Perusahaan tidak hanya dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, melainkan tanggung jawab perusahaan harus memperhatikan pada *triple bottom lines*. Dimana *bottom lines* lainnya selain *finansial*, yaitu sosial dan lingkungan. Hal ini disebabkan kondisi keuangan saja tidak cukup untuk menjamin perusahaan akan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*).

Perusahaan dalam mempertahankan perusahaan salah satunya adalah dengan menerapkan *Corporate Social Responsibility*, dimana komitmen perusahaan terhadap kepentingan para *stakeholder* maupun *shareholder* dalam bekerjasama dan menjaga hubungan baik dengan kelompok yang berkepentingan tersebut. Oleh karena itu, menjaga tingkat likuiditas merupakan upaya perusahaan dalam bertanggung jawab atas standar hidup yang lebih baik. Dalam pelaksanaan CSR perusahaan membutuhkan dana untuk dapat mengoptimalkan program-program perusahaan, seperti *Corporate Social Responsibility Expenditure*. Hal ini dapat berupa program pemberian beasiswa dan program perbaikan infrastruktur termasuk dalam memelihara kondisi lingkungan alam yang sehat dan seimbang. Berikut ini perkembangan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Gambar 4.3
Perkembangan alokasi dana Corporate Social Responsibility perusahaan transportasi tahun 2014-2018



Sumber: Data sekunder diolah, 2019

Berdasarkan grafik 4.3 bahwa perusahaan transportasi tahun 2014-2018 pada perkembangan *corporate social responsibility* mengalami kenaikan pada dana tanggung jawab sosial. Nilai tahun 2014 sebesar 1.941.627.759, sedangkan tahun 2015 sebesar 1.062.253.153 dan tahun 2016 mengalami kenaikan sebesar 1.958.636.014. kemudian tahun 2017 nilai paling tinggi sebesar 2.252.133.854 yaitu perusahaan Blue Bird Tbk dengan alokasi dana yang diprosikan dengan logaritma natural sebesar 995.700.000 . Dan di tahun 2018 sebesar 11.025.971.544. *image* baik terhadap perusahaan merupakan salah satu manfaat CSR. Kenaikan dana CSR dapat menarik minat investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan.

4.1.3 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran atau deskripsi pada masing-masing variabel yang terkait dengan penelitian. Variabel independen pada penelitian ini yaitu likuiditas yang diproksikan dengan *current ratio*. Sedangkan variabel dependen dari penelitian ini yaitu nilai perusahaan yang diproksikan dengan *price to book value* dan variabel moderasi penelitian ini adalah alokasi dana *corporate social responsibility*. Penelitian ini pada dasarnya merupakan transformasi data penelitian dalam bentuk ringkasan, pengukuran atau penyusunan data dalam tabel ataupun grafik sehingga mudah dipahami dan dimengerti.

Tabel 4.3
Statistik Deskriptif

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std Deviation |
|--------------------|----|-------------|----------------|-----------------|------------------|
| Likuiditas | 40 | ,03 | 44,32 | 5,7645 | 13,29026 |
| CSR | 40 | 19350000,00 | 12998674121,00 | 1648124464,6000 | 3114348371,32767 |
| Nilai Perusahaan | 40 | ,05 | 195,07 | 25,5928 | 44,04774 |
| Valid N (listwise) | 40 | | | | |

Sumber : Data sekunder diolah,2019

Dari data statistik terdapat nilai minimum, nilai maksimum, nilai maximum, nilai mean dan st. Deviation pada tahun 2014-2018 dengan semua variabel penelitian .

Berdasarkan statistik deskriptif di atas akan diuraikan sebagai berikut :

1. Likuiditas

Likuiditas yang diproksikan dengan *current ratio*. Nilai rata-rata likuiditas oleh perusahaan sampel sebesar 5,7645 dengan nilai standar deviasi sebesar 13,29026. Dan nilai minimum 0,03 sampai nilai tertinggi sebesar 44,32.

2. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan yang diproksikan dengan *price to book value* (PBV) memiliki nilai rata-rata PBV oleh perusahaan sampel sebesar 25,5928 dengan nilai standar deviasi sebesar 44,04774 dan nilai minimum 0,05 sampai nilai tertinggi 195,07.

3. *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Nilai rata-rata CSR oleh perusahaan sampel sebesar 16.481.244.646.000 dengan standar deviasi sebesar 31.143.837.132.767. CSR berkisar dari nilai terendah sebesar 19.350.000.000 sampai nilai tertinggi sebesar 12.998.674.112.100.

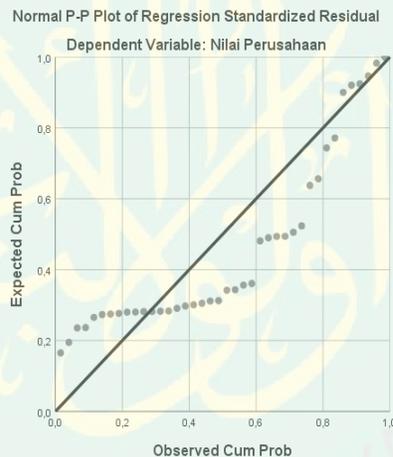
4.1.4 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui kondisi data dalam penelitian dan menentukan model analisis yang paling tepat digunakan. Adapun uji asumsi klasik yang dilakukan penelitian ini meliputi uji normalitas, uji heterokedastisitas, uji autokorelasi dan uji regresi dengan *moderating regression analysis* (MRA).

4.1.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen, dependen dan moderasi memiliki distribusi normal. Pada penelitian ini dilakukan dengan mendeteksi uji normalitas dengan normal probability plot. Penyebaran data disekitar diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka regresi memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 4.4
Hasil Uji Normal Probability Plot



sumber : Data sekunder diolah,2019

Hasil p-plot diatas dapat disimpulkan bahwa pancaran residual berada dalam garis lurus melintang, sehingga dapat dikatakan residual mengikuti fungsi residual normal.

4.1.4.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Pada analisis ini, diharapkan tidak terjadi gejala multikolinieritas (hubungan linier antara variabel independen). Untuk mendeteksi multikolinieritas adalah dengan menggunakan nilai variance inflation factor (VIF). Apabila nilai $VIF > 10$ maka menunjukkan adanya multikolinieritas. Sebaliknya apabila $VIF < 10$ maka tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 4.4
Hasil Uji Multikolinieritas

| Variabel | Tolerance | VIF | Kesimpulan |
|------------|-----------|-------|---------------------------------|
| Likuiditas | 0,963 | 1,038 | Tidak terjadi multikolinieritas |
| CSR | 0,963 | 1,038 | Tidak terjadi multikolinieritas |

Sumber: Data sekunder diolah, 2019

Dari hasil uji multikolinieritas pada tabel diatas dapat dilihat bahwa semua nilai dari tolerance $> 0,10$ dan nilai dari $VIF < 10$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas pada variabel bebas penelitian ini.

4.1.4.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual suatu pengamatan ke

pengamatan lain. Jika varians dari residual antara satu pengamatan dengan pengamatan yang lain berbeda disebut heterokedastisitas. Sedangkan model yang baik adalah yang tidak terjadi heterokedastisitas. Pengujian menggunakan uji koefisien korelasi rank sparman (uji glejser) yaitu mengkorelasikan antara absolut residual hasil regresi dengan semua variabel bebas. Bila signifikansi hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 (5%) maka persamaan regresi tersebut mengandung heterokedastisitas dan sebaliknya yaitu homokedastisitas.

Tabel 4.5
Hasil Uji Koefisien Korelasi Rank Sparman (uji glejser) Correlations

| Variabel | Sig. | Kesimpulan |
|------------------|-------|----------------------------------|
| Likuiditas | 0,421 | Tidak terjadi heterokedastisitas |
| CSR | 0,720 | Tidak terjadi heterokedastisitas |
| Nilai Perusahaan | 0,230 | Tidak terjadi heterokedastisitas |

Sumber: Data sekunder diolah, 2019

Berdasarkan hasil tabel 4.3 di atas diketahui bahwa nilai signifikansi uji korelasi rank sparman variabel independen terhadap variabel dependen, yaitu absolute residual bernilai lebih dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut bebas dari masalah heterokedastisitas.

4.1.4.4 Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t

dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$. Untuk mendeteksi uji ini ada tidaknya gejala autokorelasi dalam model regresi linier bisa dilakukan dengan pendeteksian dengan percobaan Durbin-Watson (Uji DW) dengan ketentuan jika angka D-W diantara -2 sampai +2, berarti tidak ada autokorelasi.

Tabel 4.6
Hasil Uji Durbin-Watson

| Model | Durbin-Watson | Kesimpulan |
|-------|---------------|----------------------------|
| 1 | 2,384 | Tidak terjadi autokorelasi |

Sumber : Data sekunder diolah,2019

Pada tabel 4.4 diketahui bahwa nilai durbin-watson diantara -2 sampai +2. Hasil uji Durbin Watson menunjukkan nilai sebesar 2,384 yang artinya variabel ini tidak ada autokorelasi.

4.1.5 Uji Hipotesis

4.1.5.1 Uji Koefisien Determinan

Uji Koefisien Determinan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi dependen (Y), sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar model. Penelitian ini menggunakan R Square untuk mengevaluasi model regresi terbaik. R square adalah seberapa

besar kecocokan variabel atau seberapa besar variabel independen menerangkan variabel dependen.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan diperoleh nilai R Square sebesar 0,053 atau 5,3%, yang artinya variabel PBV (Y) dijelaskan sebesar 5,3% oleh variabel *current ratio*. Selanjutnya sisanya 94,7% dijelaskan oleh variabel lainnya.

Tabel 4.7
Hasil Uji Koefisien Determinan

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | ,230 ^a | ,053 | ,002 | 44,00592 |

Sumber : Data sekunder diolah, 2019

4.1.5.2 Uji T

Uji t atau uji parsial digunakan untuk menguji bagaimana pengaruh masing - masing variabel independen terhadap variabel dependen .Berdasarkan hasil IBM SPSS 25 ditunjukkan dalam bentuk tabel sebagai berikut :

Tabel 4.8**Hasil Uji T**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 29,667 | 7,529 | | 3,940 | ,000 |
| | Likuiditas | -,707 | ,525 | -,213 | -1,346 | ,186 |

Sumber: Data sekunder diolah, 2019

Penjelasan hasil uji-t dari tabel diatas adalah hipotesis ini untuk menguji pengaruh likuiditas yang diproksikan dengan *current ratio* terhadap nilai perusahaan. Koefisien regresi untuk likuiditas diperoleh sebesar -0,707 dan t hitung sebesar -1,346 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,186 lebih besar dari tingkat signifikansi yang diharapkan ($0,19 > 0,05$). Sehingga secara parsial likuiditas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan transportasi tahun 2014-2018.

4.1.5.3 Uji *Moderated Regression Analysis* (MRA)

Dari hasil uji asumsi klasik yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi secara normal, tidak ada autokorelasi, tidak ada multikolinieritas dan tidak ada heterokedstisitas. Data yang ada telah memenuhi syarat dapat menggunakan analisis *moderating regression analysis* (MRA).

Variabel moderasi merupakan variabel yang memperkuat atau memperlemah hubungan langsung antara variabel independen dan variabel dependen. Berikut adalah hasil dari uji moderasi dari masing-masing variabel :

Tabel 4.9
Hasil Uji Moderasi

| Model | Standardized coefficients | T | Sig. |
|-----------------------------|---------------------------|--------|-------|
| | Beta | | |
| Likuiditas | 0,116 | 0,581 | 0,565 |
| CSR | 1,127 | 2,478 | 0,018 |
| Likuiditas*nilai perusahaan | -1,088 | -2.425 | 0,020 |

Sumber: Data sekunder diolah,2019

Dari hasil output IBM SPSS 25 di atas menjelaskan bahwa signifikansinya $>0,05$. Sehingga variabel CSR (variabel moderasi) tidak berinteraksi dengan variabel likuiditas dan juga tidak berhubungan dengan variabel nilai perusahaan (variabel dependen). Maka variabel Z merupakan variabel moderator homologizer.

4.2 Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh likuiditas (*current ratio*) terhadap nilai perusahaan (PBV) dengan alokasi dana corporate social responsibility

(CSR). Menggunakan data dari laporan keuangan dan laporan tahunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) perusahaan transportasi tahun 2014-2018.

4.2.1 Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama, menunjukkan bahwa pengaruh antara likuiditas yang diproksikan dengan *current ratio* terhadap nilai perusahaan yang diproksikan dengan *price to book value*, hasil analisis uji t diperoleh nilai beta sebesar -0,707 dan t hitung sebesar -1,346 dengan tingkat signifikansi 0,186 lebih besar dari tingkat signifikansi yang diharapkan ($0,19 > 0,05$). Artinya likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Tingkat signifikansi lebih dari 0,05 sehingga hasil tersebut dinyatakan tidak berpengaruh. Hal ini disebabkan karena sumber penghasilan jasa setiap perusahaan berbeda. Hasil penelitian ini menunjukkan semakin tinggi likuiditas tidak mampu secara nyata meningkatkan nilai perusahaan. Kondisi ini dapat diartikan bahwa nilai aktiva lancar (yang segera dapat dijadikan uang) dengan perbandingan hutang jangka pendek tidak memberikan pengaruh positif dalam meningkatkan nilai perusahaan, meskipun *current ratio* juga menunjukkan tingkat keamanan kreditor jangka pendek, atau kemampuan perusahaan dalam membayar hutang-hutang jangka pendek. Likuiditas yang tinggi dapat menimbulkan dana-dana di perusahaan menganggur, sehingga investor akan melihat itu sebagai sinyal negatif karena harus menanggung risiko berupa biaya modal.

Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian Sri Hermuningsih,dkk (2017), yang menyatakan ada hubungan positif signifikan dari likuiditas terhadap nilai perusahaan . Nilai likuiditas yang positif mengindikasikan nilai aktiva lancar lebih besar dari pada nilai hutang lancar sehingga dapat memenuhi kewajiban jangka pendek, yang nantinya perusahaan dapat berkembang dan sahamnya akan diminati oleh investor . Jadi ketika investor melihat tingkat likuiditas yang baik akan memberikan sinyal positif kepada perusahaan . Dengan demikian , likuiditas yang tinggi berarti saham banyak diminati investor dan itu akan menimbulkan meningkatnya nilai perusahaan.

Kasmir (2010) mengatakan bahwa rasio likuiditas berfungsi untuk menunjukkan atau mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya yang sudah jatuh tempo, baik kewajiban terhadap pihak luar maupun di dalam perusahaan. Dalam penelitian Safitri (2015) menghasilkan bahwa likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lumoly (2018) menyatakan dalam penelitiannya bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Logam dan Sejenisnya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Ketidakmampuan perusahaan dalam membayar kewajibannya terutama utang jangka pendek disebabkan oleh berbagai faktor. Pertama, bisa karena memang perusahaan sedang tidak memiliki dana sama sekali. Kedua, perusahaan mungkin saja memiliki dana, namun saat jatuh tempo perusahaan tidak memiliki dana secara tunai sehingga harus menunggu dalam waktu tertentu untuk mencairkan aktiva

lainnya seperti menagih piutang, menjual surat-surat berharga, atau menjual sediaan atau aktiva lainnya (Kasmir,2010).

Dalam pandangan islam, orang yang memberikan hutang atau pinjaman kepada orang lain yang sangat membutuhkan adalah hal yang disukai atau dianjurkan, karena didalamnya terdapat pahala yang besar. Adapun dalil Al-Qur'an yang menjelaskan tentang hutang piutang terdapat pada surat Al-Baqarah ayat 282, yang tertulis sebagai berikut :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ
بِالْعَدْلِ 282

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu`amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya dan hendaklah seorang penulis diantara kamu menuliskannya dengan benar. (QS. Al-Baqarah:282)

Dari ayat diatas dapat disimpulkan bahwa kita harus memanfaatkan harta yang kita miliki dengan sebaik-baiknya untuk kesejahteraan bersama . Serta janganlah memakan harta sesama dengan cara yang bathil . Karena sesungguhnya jika kita melakukannya pada hari pembalasan nanti kita akan mendapatkan siksa yang pedih.

Menurut tafsir jalalain bermuamalat secara seperti jual-beli, sewa-menyewa, hutang-piutang maupun akad salam atau qardh. Misalnya pinjaman atau pesanan yang diketahui sebagai bukti penguat dan untuk menghindari perselisihan. Selain itu

hendaknya dalam menulis haruslah menulis surat utang dengan benar, tanpa menambah ataupun mengurangi jumlah uang ataupun batas waktunya. Dengan demikian seorang manajer keuangan haruslah dapat mengelola keuangan perusahaan dengan baik dan sebaiknya tetap mempertahankan tingkat likuiditas perusahaan dan menuliskannya dengan benar yang sesuai pada saat jatuh temponya agar dapat menerapkan apa yang telah diajarkan dalam ayat Al-quran tersebut.

Maka dalam hal ini perusahaan tidak seharusnya menggunakan dana yang dimiliki untuk hal yang tidak penting, karena dana yang dimiliki perusahaan tidak sepenuhnya milik mereka akan tetapi merupakan hutang kepada pihak lain yang harus dilunasi. Maka dalam hal ini dana yang dimiliki harus digunakan seefektif mungkin. Yang diantaranya adalah untuk kelangsungan usaha pemberian kesejahteraan kepada karyawan dan masyarakat sekitar perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan pada mereka. Akan tetapi jika posisi laba yang diperoleh perusahaan jumlahnya terbatas untuk melunasi hutang karena jumlahnya laba yang kecil maka perusahaan dapat membatasi jumlah dana sosial yang disesuaikan untuk melunasi hutang yang harus dibayar periode tertentu.

4.2.2 Pengaruh Alokasi Dana *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai

Variabel Moderasi dalam hubungan likuiditas terhadap nilai perusahaan

Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan IBM SPSS 25 ditemukan bahwa variabel Alokasi Dana *Corporate Social Responsibility* tidak dapat memoderasi hubungan likuiditas dan nilai perusahaan. Hal tersebut dapat

dikatakan variabel moderasi (Z) tidak berinteraksi dengan variabel independen (X) dan juga tidak berhubungan dengan variabel dependen (Y) maka variabel Z merupakan variabel moderator homologizer .

Penelitian mengenai pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap kinerja keuangan telah berkembang pesat dan banyak dilakukan selama beberapa dekade terakhir, namun hasil penelitian-penelitian tersebut tidak konsisten. Penelitian Mudjiyanti,dkk (2017) menghasilkan bahwa likuiditas berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* . Bahwa semakin tinggi kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek maka dapat menurunkan pengungkapan *corporate social responsibility* begitupula sebaliknya, semakin rendah perusahaan membayar kewajiban jangka pendek maka dapat meningkatkan pengungkapan *corporate social responsibility*.

Penelitian ini menggunakan teori stakeholders. Teori stakeholders memiliki tujuan untuk mengelola dan mengintegrasikan hubungan dan kepentingan pemegang saham, karyawan, pelanggan, pemasok, masyarakat, dan kelompok lainnya dengan cara menjamin keberhasilan jangka panjang. Teori stakeholders menyatakan bahwa organisasi memiliki hubungan moral dengan kelompok selain pemegang saham (Freeman dan McVea, 2001 dalam Afandani, 2016). Dengan kata lain, perusahaan tidak hanya fokus pada pemegang saham tetapi harus memberikan manfaat kepada para stakeholders-nya.

Teori Poerwanto (2010) mendukung pernyataan ini bahwa Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan di dunia dan

Indonesia kini telah menjadi isu penting berkaitan dengan masalah dampak lingkungan dalam pembangunan berkelanjutan. Kesadaran terhadap sumber lingkungan produksi sudah menipis. Para pengelola lebih mementingkan keuntungan finansial sebesar-besarnya dari pada membangun keseimbangan kepentingan dan keberlanjutan pembangunan. Alokasi Dana *Corporate Social Responsibility* tidak mampu meningkatkan nilai perusahaan pada saat likuiditas perusahaan tinggi, dan sebaliknya alokasi dana *corporate social responsibility* tidak mampu meningkatkan nilai perusahaan pada saat likuiditas rendah. Hal ini dikarenakan perbedaan jasa transportasi yang terdapat dalam sampel penelitian.

CSR sebagai komitmen perusahaan dan juga diatur dalam Undang-undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Perusahaan dengan sistem pengelolaan manajemen yang baik serta dapat melaksanakan aktivitas operasional yang baik akan mampu menghasilkan kinerja keuangan yang baik pula, sehingga dapat mempengaruhi terhadap nilai perusahaan akan meningkat alokasi dana CSR yang dikeluarkan juga bisa lebih besar.

Hasil penelitian ini juga didukung penelitian Harfiana, dkk (2019) yang menyatakan *corporate social responsibility* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan dalam alokasi dana *corporate social responsibility* belum maksimal pada suatu perusahaan. Faktor lainnya karena biasanya investor dalam memilih pembelian saham melihat *profit* dibandingkan dengan citra perusahaan dan secara teknis variabel CSR tidak dapat diukur secara *real* di setiap perusahaan. Kemudian dalam penelitian Sari, dkk (2018) menyatakan

bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Sedangkan dalam Jogiyanto (2015) mengatakan bahwa indikasi CSR menjadi sebagai salah satu informasi penentu keputusan investasi oleh para investor. CSR sendiri merupakan salah satu bentuk komitmen perusahaan akan etika bisnis dalam menjalankan usaha untuk mendapatkan keuntungan. Keuntungan yang didapat perusahaan tersebut akan dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan serta keuntungan inilah yang merupakan kunci informasi bagi investor dalam menganalisis suatu perusahaan guna pengambilan keputusan.

Dengan hipotesis tersebut artinya, hutang yang besar tidak dapat mempengaruhi investor untuk tetap menanamkan modalnya diperusahaan, investor dapat tertarik dengan alokasi dana *corporate social responsibility* yang dikeluarkan perusahaan, karenanya dana *corporate social responsibility* dapat berupa program yang dapat meningkatkan kemakmuran masyarakat, program pemberian beasiswa, dan program perbaikan infrastruktur yang termasuk dalam pemeliharaan kondisi lingkungan alam yang sehat dan seimbang sehingga mampu menghasilkan keuntungan bagi investor. Sedangkan bagi perusahaan dapat meningkatkan *image* dalam perusahaan yang terlihat baik oleh pihak eksternal.

Adapun faktor penting yang harus diperhatikan untuk dapat mempengaruhi keputusan konsumen adalah Sikap (*attitudes*). Konsep sikap sangat terkait dengan konsep kepercayaan (*trust*) dan perilaku (*behavior*). Kepercayaan, sikap dan perilaku memiliki hubungan timbal balik yang saling mempengaruhi dalam pengambilan

keputusan. Ketiganya saling mempengaruhi, yang mana kepercayaan akan mempengaruhi seseorang dalam bersikap. Kepercayaan merupakan suatu hal yang penting dalam membangun komitmen atau janji. Oleh karena itu, adanya kepercayaan dapat membuat investor tetap memilih untuk berinvestasi di perusahaan transportasi dengan segala resiko yang didapatkan.

Menurut pandangan islam Djakfar (2012) menyebutkan program CSR juga merupakan implikasi dari ajaran kepemilikan dalam islam. Allah adalah pemilik mutlak (haqiqiyah) sedangkan manusia hanya sebatas pemilik sementara (temporer) yang berfungsi sebagai penerima amanah. Selain itu ia didorong untuk berbuat ihsan (baik) dan dilarang membuat kerusakan di muka bumi, sebagai firmanNya :

وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ

“...dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu”. (QS. Al-Qashas:77)

Maksud dari ayat diatas yaitu melakukan program CSR jika motovasinya (niat) tulus membantu masyarakat yang membutuhkan niscayabisa dikategorikan ke dalam ibadah ghairu mahdlah. Maksudnya kendati program itu pada asalnya bukan termasuk ibadah, namun karena semata untuk membantu orang lain dan berharap ridha Allah SWT, maka subjek pelakunya akan mendapat pahala sebagaimana melakukan ibadah. Ini berarti apabila niat yang dirancangkan seperti itu, maka keuntungan melakukan CSR tidak saja perusahaan akan semakin dekat dengan masyarakat. Namun yang lebih bermakna, para pengelolanya akan semakin dekat dan mendapat pahala dari Tuhan Yang Maha Rahman, Maha

Rahim, dan Maha Melihat . Apabila tidak akan memperoleh pahala ibadah, karena sejak awal telah teralinasi dari nilai-nilai teologis yang sejatinya dapat disetting sejak merencanakan program. Karena itu betapa ruginya perusahaan yang melakukan program CSR hanya semata-mata ingin meraih keuntungan duniawi sesaat.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian dengan tujuan untuk menguji apakah alokasi dana CSR yang diukur dengan logarithm natural dapat mempengaruhi likuiditas terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian, maka didapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi likuiditas tidak mampu secara nyata meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini dapat mempengaruhi calon investor untuk membeli saham pada perusahaan transportasi. Kondisi ini dapat diartikan bahwa nilai aktiva lancar (yang segera dapat dijadikan uang) dengan perbandingan hutang jangka pendek tidak memberikan pengaruh positif dalam meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini disebabkan oleh nilai r square yang rendah sehingga banyak dijelaskan oleh variabel lain. Meskipun demikian *current ratio* juga menunjukkan tingkat keamanan kreditor jangka pendek perusahaan dalam membayar hutang-hutang jangka pendek.
2. Variabel Alokasi Dana CSR tidak dapat mempengaruhi likuiditas terhadap nilai perusahaan. Alokasi Dana CSR tidak mampu meningkatkan pada saat likuiditas perusahaan tinggi, dan sebaliknya.

3. Alokasi Dana CSR tidak mampu meningkatkan nilai perusahaan pada saat likuiditas rendah. Hal ini disebabkan karena perbedaan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang berbeda-beda pada sampel. Teori stakeholders muncul sebagai teori CSR yang digunakan dalam penelitian ini. Hal ini disebabkan pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan serta corporate social responsibility tidak lepas dari kegiatan masyarakat guna ikut serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, penulis memberikan rekomendasi saran sebagai berikut:

- 1) Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah variabel independen maupun dependen. Hal ini dikarenakan penelitian ini memiliki nilai r square yang rendah sehingga dapat diperbaiki untuk para peneliti selanjutnya.
- 2) Bagi investor hasil penelitian yang berhubungan dengan likuiditas perlu ditinjau kembali, agar investor dapat lebih teliti melihat sejauh mana perkembangan perusahaan dan dapat membandingkan dengan perusahaan yang lain. Serta investor sebaiknya tidak melihat kinerja perusahaan dari likuiditas maupun nilai perusahaanya saja, melainkan dapat melihat dari variabel yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an dan Terjemahnya.

Afandani, Fauziah. (2016). Pengaruh Corporate Social Responsibility Expenditure, Corporate Social Responsibility Disclosure, dan Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Yang Termasuk Daftar Corporate Governance Perception Index (CGPI) Periode 2010-2014). *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Arikunto, Suharsimi. (2013). *Aplikasi Statistik Praktis dengan SPSS*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Brigham, Eugene F., Houston, Joel F. (2006). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.

Cooper, Donald R. Dan Pamela S. Schindler. (2006). *Business research methods, 9th edition. McGraw-Hill International Edition dengan SPSS*. Jakarta : PT.Elex Media Komputindo.

Chen, Roger., Lee, Chen-Hsun. (2017). The influence of CSR on Firm value: an application of panel smooth transition regression on Taiwan. *Applied Economic*, 49, (34), 3422-3434.

Damayanti, Dian Yuni. (2017). Peran *good corporate governance*, profitabilitas, size dan likuiditas dalam mengungkapkan *corporate social responsibility*. *JBB*. vol 3 hal 13.

Djakfar, H. Muhammad. (2012). *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*. Depok: Penebar Plus+ imprint dari Penebar Swadaya.

Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS. 21 Edisi 7*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Hadi, Nur. (2011). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Hartono, Jogyanto. (2015). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Yogyakarta: BPFE.

- Haryanto, Dedi. (2018). pengaruh Interaksi *corporate social responsibility* dan *Likuiditas Saham Terhadap Earnings Response Coefficient*. *JEMAP*. Vol.2 No.2.
- Indriantoro, Nur & Bambang Supomo. (1999). *Metode Penelitian Bisnis untuk Akuntansi & Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Kasmir. (2010). Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip dan Nancy Lee. (2005). *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Kontan.co.id. diakses Senin, 25 Februari 2019.
- Mahalli Al, Jalaluddin,dkk. (2018). *Tafsir Jalalain*. Jakarta:Ummul Qura.
- Maula, Ismatul. (2018). Pengaruh Profitabilitas dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan dengan Alokasi Dana Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi:UIN Malang.
- Marasabessy, Andi Ismail. (2017). Pengaruh Resiko Pasar, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Return Saham (Studi Kasus pada Perusahaan Otomotif yang tercatat di BEI periode 2013-2015). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi: UIN Malang.
- Mardiyanto, Handono. (2009). *Inti sari Manajemen Keuangan*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Poerwanto. (2010). *Corporate Social Responsibility Menjinakkan Gejolak Sosial di Era Pornografi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Putri, Hafiana Farah Diana., Susyanti, Jeni., Salim, Agus. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Struktur Modal, dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2015-2017). *Ejrm*. Vol 08. Nomor 08.
- Rodoni, Ahmad. (2014). *Manajemen Keuangan Modern*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Safitri, Yohana., Oemar, Abrar., Santoso, Edi Budi. (2018). Peranan Corporate Social Responsibility dalam Memoderasi Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Industri Manufaktur yang tercatat di BEI tahun 2013-2017). *Journal of Accounting*. Vol 4, No 4.

Santoso. (2010). *Menggunakan SPSS Untuk Statistik Non Oarametrik (Versi 7.5)*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Sawir, Agnes. (2009). *Analisis Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabet.

S, Basir. (2015) Motivasi Struktur Modal dan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan. *Disertasi* (tidak dipublikasikan). Perpustakaan Universitas Brawijaya, Malang.

Tandelilin, Eduardus. (2001). *Analisis Investasi dan Manajemen Portofolio*. Yogyakarta: PT. BPFEB>

Wardani. (2009). *Riset Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Wibisono. (2007). *Membedah Konsep dan Aplikasi Corporate Social Responsibility*. Surabaya: Media Grapka.

www.idx.co.id



LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1

Perhitungan Likuiditas Perusahaan Transportasi tahun 2014-2018

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Activa Lancar (current asset)}}{\text{Utang lancar (current liabilitas)}}$$

| No. | Perusahaan | Current ratio | | | | | rata-rata |
|-------------------------|------------|---------------|-------|-------|-------|-------|-----------|
| | | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | |
| 1. | ASSA | 0.45 | 0.51 | 0.59 | 0.51 | 0.54 | 0.52 |
| 2. | BIRD | 0.85 | 0.89 | 1.08 | 1.36 | 1.65 | 1.17 |
| 3. | GIAA | 0.66 | 0.84 | 0.75 | 0.54 | 0.47 | 0.65 |
| 4. | SHIP | 0.35 | 0.39 | 0.41 | 0.46 | 0.44 | 0.41 |
| 5. | TMAS | 0.5 | 0.59 | 0.65 | 0.59 | 0.51 | 0.57 |
| 6. | WINS | 1.23 | 0.03 | 8.01 | 0.84 | 0.92 | 2.21 |
| 7. | APOL | 38.69 | 38.72 | 39.66 | 40.04 | 44.32 | 40.29 |
| 8. | BBRM | 0.37 | 0.21 | 0.16 | 0.09 | 0.71 | 0.31 |
| Jml rata-rata per tahun | | 5.39 | 5.27 | 6.41 | 5.55 | 6.20 | 5.76 |

Lampiran 2

Perhitungan Nilai Saham Perusahaan Transportasi tahun 2014-2018

$$\text{Price To Book Value} = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku Saham}}$$

| No. | Perusahaan | PBV | | | | | rata-rata |
|---------------------|------------|-------|-------|-------|--------|--------|-----------|
| | | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | |
| 1. | ASSA | 4.25 | 5.47 | 1.54 | 1.67 | 1.31 | 2.85 |
| 2. | BIRD | 1.12 | 1.05 | 0.05 | 1.05 | 1.16 | 0.89 |
| 3. | GIAA | 67.42 | 91.18 | 98.96 | 98.96 | 126.25 | 96.55 |
| 4. | SHIP | 5.29 | 3.45 | 2.59 | 42.56 | 4.83 | 11.74 |
| 5. | TMAS | 9.55 | 9.65 | 11.34 | 5.77 | 11.51 | 9.57 |
| 6. | WINS | 0.12 | 0.26 | 20.30 | 195.07 | 59.70 | 55.09 |
| 7. | APOL | 1.51 | 1.05 | 2.19 | 0.64 | 1.10 | 1.30 |
| 8. | BBRM | 1.64 | 1.73 | 44.91 | 83.66 | 1.85 | 26.76 |
| Jml rata2 per tahun | | 11.36 | 14.23 | 22.73 | 53.67 | 25.96 | 25.59 |

Lampiran 3

Perkembangan alokasi dana *corporate social responsibility* Perusahaan Transportasi tahun 2014-2018

CSR = *Logarithm natural* dana CSR tahun t

| No. | Perusahaan | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | rata-rata |
|-----|------------------------|------------|------------|-------------|------------|------------|-------------|
| 1 | ASSA | 194558750 | 146014600 | 214305600 | 301803956 | 374903917 | 246317364.6 |
| 2 | BIRD | 4759000000 | 4841725000 | 12998674121 | 9957000000 | 1035000000 | 6718279824 |
| 3 | GIAA | 9374007000 | 2003000000 | 922001000 | 7069000000 | 5029000000 | 4879401600 |
| 4 | SHIP | 559230000 | 535890000 | 625000000 | 60767805 | 1004000000 | 556977561 |
| 5 | TMAS | 420331000 | 414600000 | 558000000 | 313795750 | 192721420 | 379889634 |
| 6 | WINS | 155045320 | 477437620 | 252607388 | 213703324 | 245327013 | 268824133 |
| 7 | APOL | 51500000 | 58500000 | 78500000 | 77000000 | 49820000 | 63064000 |
| | BBRM | 19350000 | 20858000 | 20000000 | 24000000 | 277000000 | 72241600 |
| | jumlah rata2 per tahun | 1941627759 | 1062253153 | 1958636014 | 2252133854 | 1025971544 | |

Lampiran 4

Uji Asumsi Klasik

➤ Uji Normalitas

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test | | |
|------------------------------------|----------------|-------------------------|
| | | Unstandardized Residual |
| N | | 40 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | ,0000000 |
| | Std. Deviation | 42,86270960 |
| | | |
| Most Extreme Differences | Absolute | ,243 |
| | Positive | ,243 |
| | Negative | -,180 |
| Test Statistic | | ,243 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | ,000 ^c |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

➤ Uji Multikolinieritas

| Coefficients ^a | | | |
|---------------------------|------------|-------------------------|-------|
| Model | | Collinearity Statistics | |
| | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | | |
| | Likuiditas | ,963 | 1,038 |
| | CSR | ,963 | 1,038 |

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

| Coefficient Correlations ^a | | | | |
|---------------------------------------|--------------|------------|-----------|------------|
| Model | | | CSR | Likuiditas |
| 1 | Correlations | CSR | 1,000 | ,192 |
| | | Likuiditas | ,192 | 1,000 |
| | Covariances | CSR | 5,315E-18 | 2,386E-10 |
| | | Likuiditas | 2,386E-10 | ,292 |

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

| Collinearity Diagnostics ^a | | | | | | |
|---------------------------------------|-----------|------------|-----------------|----------------------|------------|-----|
| Model | Dimension | Eigenvalue | Condition Index | Variance Proportions | | |
| | | | | (Constant) | Likuiditas | CSR |
| 1 | 1 | 1,638 | 1,000 | ,19 | ,11 | ,13 |
| | 2 | ,965 | 1,303 | ,00 | ,49 | ,33 |
| | 3 | ,397 | 2,032 | ,81 | ,41 | ,54 |

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

➤ Uji Heterokesdastisitas

| Correlations | | | | |
|----------------|------------------|-------------------------|------------|--------|
| | | | Likuiditas | CSR |
| Spearman's rho | Likuiditas | Correlation Coefficient | 1,000 | ,076 |
| | | Sig. (2-tailed) | . | ,643 |
| | | N | 40 | 40 |
| | CSR | Correlation Coefficient | ,076 | 1,000 |
| | | Sig. (2-tailed) | ,643 | . |
| | | N | 40 | 40 |
| | Nilai Perusahaan | Correlation Coefficient | -,318* | ,058 |
| | | Sig. (2-tailed) | ,046 | ,720 |
| | | N | 40 | 40 |
| | RES5 | Correlation Coefficient | -,131 | ,549** |
| | | Sig. (2-tailed) | ,421 | ,000 |
| | | N | 40 | 40 |

| Correlations | | | | |
|----------------|------------------|-------------------------|---------------------|--------|
| | | | Nilai Perusahaan | RES5 |
| Spearman's rho | Likuiditas | Correlation Coefficient | -,318* | -,131 |
| | | Sig. (2-tailed) | ,046 | ,421 |
| | | N | 40 | 40 |
| | CSR | Correlation Coefficient | ,058 | ,549** |
| | | Sig. (2-tailed) | ,720 | ,000 |
| | | N | 40 | 40 |
| | Nilai Perusahaan | Correlation Coefficient | 1,000 | ,194 |
| | | Sig. (2-tailed) | . | ,230 |
| | | N | 40 | 40 |
| | RES5 | Correlation Coefficient | ,194 | 1,000 |
| | | Sig. (2-tailed) | ,230 | . |
| | | N | 40 | 40 |

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

➤ Uji Autokorelasi

| Variables Entered/Removed ^a | | | |
|--|---------------------------------|-------------------|--------|
| Mode | Variables Entered | Variables Removed | Method |
| 1 | CSR, Likuiditas ^b | . | Enter |

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. All requested variables entered.

| Model Summary ^b | | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| Mode | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1 | ,230 ^a | ,053 | ,002 | 44,00592 | 2,384 |

a. Predictors: (Constant), CSR, Likuiditas

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|-------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 4016,670 | 2 | 2008,335 | 1,037 | ,365 ^b |
| | Residual | 71651,263 | 37 | 1936,521 | | |
| | Total | 75667,933 | 39 | | | |

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), CSR, Likuiditas

Lampiran 5

Uji Moderating Regression Analysis (MRA)

| Model Summary | | | | |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | ,431 ^a | ,186 | ,118 | 41,36287 |

a. Predictors: (Constant), Likuiditas*Nilai Perusahaan, Likuiditas, CSR

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|-------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 14075,997 | 3 | 4691,999 | 2,742 | ,057 ^b |
| | Residual | 61591,936 | 36 | 1710,887 | | |
| | Total | 75667,933 | 39 | | | |

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), Likuiditas*Nilai Perusahaan, Likuiditas, CSR

| Coefficients ^a | | | | | |
|---------------------------|-----------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t |
| | | B | Std. Error | Beta | |
| 1 | (Constant) | 23,785 | 8,376 | | 2,840 |
| | Likuiditas | ,386 | ,664 | ,116 | ,581 |
| | CSR | 1,593E-8 | ,000 | 1,127 | 2,478 |
| | Likuiditas*Nilai Perusahaan | -1,506E-8 | ,000 | -1,088 | -2,425 |

| Coefficients ^a | | | |
|---------------------------|-----------------------------|--|------|
| Model | | | Sig. |
| 1 | (Constant) | | ,007 |
| | Likuiditas | | ,565 |
| | CSR | | ,018 |
| | Likuiditas*Nilai Perusahaan | | ,020 |

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI

Jalan Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

SURAT KETERANGAN

Nomor: 819 /F.Ek/PP.00.9/04/2019

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Drs. H. Sutikno Edyanto
NIP : 196208142000031002
Jabatan : Kabag Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri
Maulana Malik Ibrahim Malang

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : Kartika Ramadani
NIM : 15510089
Program Studi : Manajemen
Perguruan Tinggi : Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Yang bersangkutan telah mengadakan penelitian di Galeri Investasi Syariah BEI Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang tanggal 22 April 2019; dengan judul "**Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Perudahaan Transportasi Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2014-2018)**".

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 30 April 2019

an Dekan
Kabag Tata Usaha,



Sutikno Edyanto

Tembusan Yth:

1. Dekan sebagai laporan;
2. Ketua Jurusan Manajemen;
3. Kabag TU;
4. Mahasiswa Ybs;
5. Arsip.

BUKTI KONSULTASI

Nama : Kartika Ramadani
NIM / Jurusan : 15510089 / Manajemen
Pembimbing : Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.Ei
Judul Skripsi : Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Perusahaan Transportasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2018)

| No | Tanggal | Materi Konsultasi | Tanda Tangan Pembimbing |
|----|-----------------|-------------------|-------------------------|
| 1 | 5 Desember 2018 | Pengajuan Judul | 1. |
| 2 | 8 Januari 2019 | Pematangan Teori | 2. |
| 3 | 15 Januari 2019 | Latar Belakang | 3. |
| 4 | 25 Januari 2019 | Metode Penelitian | 4. |
| 5 | 5 Februari 2019 | Revisi | 5. |
| 6 | 15 Maret 2019 | Acc Proposal | 6. |
| 7 | 29 Maret 2019 | Seminar Proposal | 7. |
| 8 | 10 April 2019 | Skripsi Bab 4 – 5 | 8. |
| 9 | 26 April 2019 | Revisi | 9. |
| 10 | 22 Mei 2019 | Skripsi bab 1 – 5 | 10. |
| 11 | 27 Mei 2019 | Acc Keseluruhan | 11. |

Malang 27 Mei 2019

Mengetahui:

Ketua Jurusan Manajemen


Drs. Agus Sucipto, MM
NIP. 19670816 200312 1 001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI

Jalan Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

**SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME
(FORM C)**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Zuraidah, S.E.,M.SA
NIP : 197612102009122001
Jabatan : UP2M

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Kartika Ramadani
NIM : 15510089
Handphone : +6285-6488-35904
Konsentrasi : Keuangan
Email : kartika.r4m4@gmail.com

Judul Skripsi : Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Perusahaan Transportasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2018)

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut di nyatakan **BEBAS PLAGIARISME** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

| SIMILARTY INDEX | INTERNET SOURCES | PUBLICATION | STUDENT PAPER |
|-----------------|------------------|-------------|---------------|
| 10% | 11% | 1% | 8% |

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 24 Juni 2019
UP2M

Zuraidah, S.E.,M.SA
197612102009122001

Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Perusahaan Transportasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2018)

ORIGINALITY REPORT

10%

SIMILARITY INDEX

11%

INTERNET SOURCES

1%

PUBLICATIONS

8%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

etheses.uin-malang.ac.id

Internet Source

2%

2

www.garuda-indonesia.com

Internet Source

1%

3

faudziahmad.blogspot.com

Internet Source

1%

4

ejournal.unsrat.ac.id

Internet Source

1%

5

yesporno.club

Internet Source

1%

6

media.neliti.com

Internet Source

1%

7

www.wintermar.com

Internet Source

1%

8

jurnal.unpand.ac.id

Internet Source

1%

9

journal.uny.ac.id

Internet Source

1%

10

temasline.com

Internet Source

1%

11

eprints.uny.ac.id

Internet Source

1%

12

docobook.com

Internet Source

1%

13

pt.scribd.com

Internet Source

1%

BIODATA PENELITI

Nama Lengkap : Kartika Ramadani

Tempat Tanggal Lahir : Mojokerto, 15 Januari 1997

Alamat Asal : Dsn. Mojo RT 003 RW 001, Desa Mojokarang,
Kecamatan Dlanggu, Kabupaten Mojokerto

Alamat Kos : Gang Pesantren, Jalan Raya Candi 6C, Nomor rumah
14B, Gasek, Karangbesuki, Sukun, Kota Malang.

Telepon/Hp : 085648835904

Email : kartika.r4m4@gmail.com

Pendidikan Formal

2002-2004 : RA Miftahul Ulum Mojokarang

2004 - 2009 : MI Miftahul Ulum Mojokarang

2009 – 2012 : SMP Negeri 1 Dlanggu

2012 – 2015 : Madrasah Aliyah Negeri Mojosari

Pendidikan Non Formal

2006 – 2007 : Program Bahasa Inggris *Skill Education Center
Brand Brilliant Collage (BBC)* Kutorejo Mojokerto

2014 – 2015 : Lembaga Bimbingan Belajar Primagama Mojosari

2015 – 2016 : Program Khusus Perkuliahan Bahasa Arab UIN
Malang

2016 – 2017 : English Lenguage Center (ELC) UIN Malang

Pengalaman Organisasi

- Paduan Suara Qur’ani HTQ UIN Malang
- Divisi Ketenagakerjaan KSR-PMI Unit UIN Malang
- Bendahara Umum LPQ Wardatul Ishlah Merjosari

