

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap keberhasilan manajemen dalam mengelola perusahaan. Menurut Bhutta dan Hasan (2013) pada dasarnya nilai perusahaan tidak hanya menggambarkan keberhasilan kinerja perusahaan, namun juga dapat mencerminkan prospek perusahaan di masa mendatang. Hanafi (2014) menyatakan bahwa memaksimalkan nilai perusahaan merupakan tujuan utama atau tujuan jangka panjang sebuah perusahaan. Sedangkan memaksimalkan keuntungan yang seringkali dinyatakan sebagai tujuan manajemen perusahaan merupakan suatu hal yang tidak tepat. Glueck (1984) dalam Sitio dan Tamba (2001) menyebutkan bahwa memaksimalkan keuntungan atau laba dari kegiatan operasional perusahaan merupakan tujuan jangka pendek perusahaan. Menurut Hanafi (2014) nilai perusahaan itu sendiri dapat diciptakan dengan meningkatkan aliran kas masuk atau menciptakan aliran kas yang positif. Terdapat tiga dimensi yang perlu diperhatikan oleh manajemen perusahaan dalam menciptakan nilai perusahaan, yaitu besarnya (*magnitude*), *timing*, dan risiko.

Hanafi (2014) menjelaskan bahwa manajer perlu memperhatikan jumlah atau besarnya aliran kas yang masuk. Artinya, perusahaan berkepentingan untuk memperoleh aliran kas masuk yang semakin besar. Di samping itu, manajer perlu memperhatikan waktu (*timing*) penerimaan aliran kas. Aliran kas yang diterima

pada waktu saat ini memiliki nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan aliran kas yang diterima di masa mendatang dikarenakan adanya beberapa alasan seperti inflasi. Dimensi ketiga yang perlu diperhatikan manajer yaitu risiko, dimana aliran kas yang memiliki tingkat kepastian yang lebih tinggi akan lebih dipilih dibandingkan aliran kas dengan ketidakpastian yang tinggi. Menurut Hanafi (2014) aliran kas yang besar, diterima lebih awal, dan memiliki risiko yang rendah, mencerminkan nilai yang lebih tinggi.

Menurut Margaretha (2014) dalam Ainy (2017) pada dasarnya tolok ukur dari nilai perusahaan berbeda-beda, khususnya pada perusahaan yang belum *go public* dan sudah *go public*. Ferina, Tjandrakirana, dan Ismail (2015) mendefinisikan nilai perusahaan sebagai gambaran dari nilai aset perusahaan saat akan dijual. Margaretha (2014) dalam Ainy (2017) juga menyatakan pendapat yang serupa bahwa nilai dari perusahaan yang belum *go public* dapat tercermin dari kondisi perusahaan ketika akan dijual (total aktiva), prospek usaha, risiko usaha, lingkungan usaha, dan sebagainya. Sedangkan menurut Keown, *et al.* (2004) dalam Setiani (2015) mendefinisikan nilai perusahaan pada perusahaan yang sudah *go public* yaitu nilai pasar atas surat berharga berupa hutang dan ekuitas pemegang saham yang beredar. Dengan demikian, maka nilai perusahaan pada perusahaan yang telah *go public* dapat tercermin dari harga saham.

Peningkatan harga saham mengindikasikan meningkatnya nilai dari sebuah perusahaan. Menurut Brigham dan Houston (2010) harga saham menentukan kekayaan atau kesejahteraan pemegang saham, dimana memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham dapat diartikan dengan memaksimalkan harga

saham perusahaan. Pemegang saham atau investor akan mendapatkan *return* atas kenaikan harga saham. Dengan demikian, kesejahteraan para pemegang saham juga akan meningkat seiring dengan peningkatan nilai perusahaan. Brigham dan Houston (2007) menyatakan bahwa pada hakikatnya perusahaan akan berusaha meningkatkan nilai perusahaan yang akan berpengaruh terhadap peningkatan kesejahteraan pemegang saham yang tercermin dari harga saham.

Nilai perusahaan merupakan suatu hal yang penting dan harus dipertimbangkan oleh perusahaan. Pada umumnya, menurut Yulindar (2017) nilai perusahaan merupakan kondisi yang menggambarkan kinerja perusahaan yang mempengaruhi persepsi para pemegang saham dalam menginvestasikan dananya. Pemegang saham atau investor akan memerlukan informasi terkait kinerja atau nilai perusahaan salah satunya dengan cara melihat harga saham. Menurut Tandelilin (2010) hal ini dikarenakan salah satu motivasi investor dalam menginvestasikan dananya adalah dengan harapan memperoleh *return*.

Yahdiyani (2017) mengungkapkan bahwa perusahaan yang dianggap memiliki nilai perusahaan yang tinggi, maka akan dipandang memiliki prospek yang bagus dimasa mendatang oleh para investor. Menurut Fahmi (2012) penjualan saham yang dilakukan di pasar modal bertujuan untuk memperoleh dana yang dapat digunakan untuk tambahan dana atau memperkuat dana perusahaan. Sementara di sisi lain, investor dalam menginvestasikan dananya dengan harapan akan memperoleh *return*. Hubungan timbal balik inilah yang menjadikan pentingnya pihak manajemen dalam menaikkan nilai perusahaan. Sehingga perusahaan dapat memperoleh suntikan dana dari investor dan

kesejahteraan investor pun akan meningkat seiring dengan kenaikan nilai perusahaan yang terlihat dari harga saham.

Menurut Hanafi (2014) kemakmuran pemegang saham tercermin dari kenaikan harga saham, maka pada hakikatnya tujuan manajemen keuangan yaitu memaksimalkan kenaikan harga pasar saham. Apabila manajer tidak mampu menaikkan harga pasar saham, maka manajer dikatakan gagal dalam melaksanakan tugasnya, begitu pula sebaliknya. Oleh sebab itu dalam memaksimalkan nilai perusahaan diperlukan seorang manajer yang berkompeten dibidangnya.

Ainy (2017) menyatakan bahwa pemegang saham akan menyerahkan pengelolaan perusahaan kepada pihak yang lebih berkompeten dibidangnya, yaitu manajer perusahaan. Menurut Hanafi (2014) manajer dalam melaksanakan tugasnya salah satunya dengan cara menciptakan aliran kas yang positif. Dengan demikian, ketika manajer mampu menciptakan arus kas yang positif maka akan meningkatkan nilai perusahaan yang berpengaruh terhadap meningkatnya kesejahteraan pemegang saham.

Menurut Hanafi (2014) satu hal yang tidak dapat dipungkiri bahwa manajer perusahaan terkadang tidak konsisten dalam menjalankan tugasnya untuk meningkatkan nilai perusahaan. Azizah (2016) mengungkapkan bahwa tidak jarang manajer memiliki tujuan atau kepentingan lain yang bertentangan dengan tujuan utama perusahaan atau mengabaikan kepentingan para pemegang saham. Menurut Ainy (2017) manajer seringkali bertindak *opportunistic* atau mengambil

keuntungan untuk dirinya sendiri yang dapat mengakibatkan menurunnya nilai perusahaan.

Menurut Jensen dan Meckling (1976) dalam Hanafi (2014) terdapat motivasi dasar manajer dalam menjalankan tugasnya, yaitu *survival* dan independensi. Dimana manajer cenderung berusaha menguasai sumber daya untuk menghindari kebangkrutan perusahaan atau manajer tidak menginginkan mengambil keputusan atas dasar campur tangan pihak luar. Adanya motivasi tersebut, maka manajer akan cenderung memaksimalkan kesejahteraan perusahaan bukan kesejahteraan pemegang saham. Kondisi semacam itu akan menimbulkan adanya konflik keagenan (*agency conflict*), yaitu adanya perbedaan kepentingan antara pihak agen dengan pihak *principal*. Dimana manajer bertindak sebagai pihak agen dan pemegang saham bertindak sebagai pihak *principal*.

Konflik keagenan dapat dipicu dengan adanya asimetri informasi (*asymethric information*). Menurut Jensen dan Meckling (1976) dalam Hanafi (2014), asimetri informasi merupakan suatu kondisi dimana pihak-pihak yang berkaitan dengan perusahaan tidak memiliki informasi yang sama mengenai risiko dan prospek perusahaan. Permanasari (2010) mengungkapkan bahwa manajer sebagai pihak yang bertanggung jawab untuk mengelola perusahaan, tentunya akan mempunyai informasi yang lebih banyak dibandingkan dengan pihak luar seperti pemegang saham. Sebagai pihak yang dibebankan untuk mengelola perusahaan oleh pemegang saham, maka manajer berkewajiban untuk melaporkan atau memberikan sinyal terhadap pemegang saham mengenai kondisi perusahaan. Akan tetapi, menurut Jensen dan Meckling (1976) dalam Hanafi (2014) informasi

yang diterima oleh pemegang saham seringkali tidak sama dengan kondisi perusahaan yang sebenarnya.

Menurut Scott (1997) dalam Sulistyanto (2008) adanya asimetri informasi dapat memicu terjadinya perilaku yang menyimpang (*dysfunctional behavior*) yang dilakukan oleh pihak agen atau manajer. Salah satu perilaku menyimpang (*dysfunctional behavior*) yang dilakukan oleh manajer yaitu tindakan manajemen laba. Sulistyanto (2008), menyebutkan bahwa menurut praktisi ekonomi, manajemen laba merupakan perilaku oportunistik manajer untuk mengubah angka-angka dalam laporan keuangan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapainya. Tindakan tersebut merupakan salah satu usaha manajer untuk mensejahterakan kepentingan pribadi. Sehingga investor akan kehilangan kesempatan untuk memperoleh *return*.

Manajemen laba yang dilakukan oleh pihak agen atau manajer dapat berdampak pada besarnya pembayaran dividen. Menurut Widanaputra (2010) pada umumnya pembayaran dividen bergantung pada besarnya laba yang dilaporkan. Manajer yang tidak menyukai pembagian dividen dalam jumlah besar, maka akan melakukan rekayasa laporan keuangan untuk memperkecil laba. Dengan demikian, manajer dapat mengendalikan besarnya pembayaran dividen.

Gordon dan Lintner (1961) dalam Hanafi (2014) menjelaskan bahwa menurut *bird in the hand theory*, pemegang saham cenderung lebih menyukai pembagian dividen dalam jumlah besar yang diterima pada saat ini karena dapat mengurangi risiko ketidakpastian. Sedangkan disisi lain menurut Jensen (1986) dalam Hanafi (2014) berdasarkan *residual theory of dividend* menjelaskan bahwa

manajer lebih cenderung menyukai menggunakan *free cash flow* untuk melakukan investasi agar memperoleh *return* yang lebih tinggi dibandingkan membayarkan dalam bentuk dividen. Dividen akan dibayarkan kepada pemegang saham apabila terdapat sisa dari seluruh pembiayaan investasi yang menguntungkan. Kondisi tersebut yang pada akhirnya mengarah pada terjadinya *agency cash flow*, dimana terdapat perbedaan kepentingan dalam penggunaan *free cash flow*. Manajer akan cenderung mengusahakan sumberdaya perusahaan agar tetap dalam kendalinya, sedangkan pemegang saham menginginkan untuk dibagikan.

Jensen dan Meckling (1976) dalam Hanafi (2014) menjelaskan bahwa adanya perbedaan kepentingan antara pemegang saham dengan manajemen perusahaan, seringkali memicu pihak pemegang saham untuk memastikan bahwa manajer akan bertindak konsisten sesuai dengan tujuan pemegang saham. Tindakan yang dilakukan semacam itu akan membutuhkan biaya yang disebut dengan biaya keagenan (*agency cost*). Menurut Jensen dan Meckling (1976) biaya keagenan terdiri dari *monitoring cost*, *bonding cost*, dan *residual loss*.

Menurut Bachrudin (2017) konflik kepentingan yang terjadi diantara manajer dengan pemegang saham dapat mengancam keberlangsungan hidup perusahaan dan mengakibatkan nilai perusahaan menurun. Pada dasarnya menurut Bathala, Moon, dan Rao (1994) kenaikan rasio dividen terhadap laba bersih (*Earning After Tax*) merupakan salah satu cara yang dapat digunakan untuk mengurangi konflik kepentingan. Hanafi (2014) juga menyatakan bahwa pada hakikatnya peningkatan nilai perusahaan dapat dilakukan dengan memperhatikan keputusan manajemen keuangan dimana salah satunya yaitu kebijakan dividen.

Tandelilin (2010) mengungkapkan bahwa dividen merupakan salah satu alasan investor menanamkan modalnya pada perusahaan dengan harapan akan memperoleh *return* selain *capital gain*. Menurut Prastika (2017) kebijakan dividen yang optimal dapat tercermin dari kesejahteraan pemegang saham perusahaan yang meningkat. Hal ini dikarenakan pembagian dividen dapat mempengaruhi harga saham. Menurut Qusaeni dan Aji (2017) pemegang saham akan cenderung memilih menginvestasikan modalnya pada perusahaan yang konsisten dalam membagikan dividen. Febitasari (2017) menyebutkan bahwa perusahaan yang meningkatkan pembayaran dividen akan dianggap sebagai sinyal positif mengenai prospek perusahaan yang akan baik dimasa mendatang. Semakin besar tingkat dividen yang dibagikan menandakan tingkat kesejahteraan pemegang saham yang meningkat pula, dengan demikian nilai perusahaan juga akan mengalami peningkatan.

Menurut Fistyarini (2015) besarnya pembayaran dividen dipengaruhi oleh besarnya perolehan profitabilitas perusahaan. Nufiati dan Suwitho (2015) menyatakan bahwa profitabilitas diperlukan oleh perusahaan saat akan membayarkan dividen. Semakin besar profit yang diperoleh perusahaan maka semakin besar pula dividen yang dibayarkan. Dimana pada gilirannya konflik kepentingan dapat diminimalisir dengan adanya kenaikan rasio pembayaran dividen.

Menurut Fista (2017) profitabilitas merupakan salah satu indikator yang menjadi daya tarik bagi pemegang saham untuk menanamkan modalnya. Pratiwi (2017) menyebutkan bahwa profitabilitas menjadi sinyal positif bagi para

pemegang saham mengenai prospek perusahaan di masa mendatang, semakin tinggi tingkat profitabilitas maka semakin baik prospek perusahaan di masa mendatang. Menurut Ainy (2017) perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi akan cenderung diminati oleh para investor. Ilhamsyah (2017) menjelaskan bahwa perusahaan yang dapat menghasilkan lebih banyak profit maka besar kemungkinan *return* yang akan diperoleh pemegang saham semakin tinggi. Minat investor yang besar untuk menanamkan modalnya pada perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi menandakan permintaan saham yang meningkat, hal tersebut akan diikuti dengan meningkatnya nilai perusahaan.

Menurut Bathala, *et al.* (1994) cara yang dapat digunakan untuk meminimalisir konflik keagenan selain meningkatkan rasio pembayaran dividen, juga dapat dilakukan dengan adanya kepemilikan saham oleh institusi atau yang sering disebut dengan kepemilikan institusional. Menurut Ainy (2017) kepemilikan institusional adalah salah satu cara yang dapat digunakan oleh pemegang saham untuk melakukan *monitoring* terhadap manajer dalam melakukan tugasnya. Purnamasari (2017) menyebutkan bahwa semakin besar tingkat kepemilikan institusional, maka semakin besar tingkat kekuatan suara dan dorongan dari pemegang saham institusional untuk mengawasi manajemen perusahaan. Dengan demikian, menurut Ainy (2017) tingkat kecurangan manajer yang oportunistik dalam melaksanakan tugasnya yang dapat berakibat pada menurunnya nilai perusahaan dapat diminimalisir.

Eka (2010) dalam Bachrudin (2017) mendefinisikan ukuran perusahaan sebagai nilai yang menggambarkan besar kecilnya nilai perusahaan dengan

berdasarkan besarnya aset yang dimiliki perusahaan. Pratiwi (2017) menjelaskan bahwa semakin besar ukuran sebuah perusahaan yang tercermin dari total aset, maka perusahaan akan mendapatkan kepercayaan dari investor untuk menanamkan modalnya. Menurut Yulindar (2017) besarnya kepercayaan yang didapatkan oleh perusahaan besar akan memudahkan dalam memperoleh sumber pendanaan dibandingkan dengan perusahaan yang masih kecil. Fista (2017) menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki hubungan terhadap asimetri informasi, semakin besar ukuran perusahaan maka asimetri informasi yang terjadi antara investor dan manajer semakin kecil. Investor dapat memperoleh informasi dengan lebih mudah pada perusahaan besar dibandingkan dengan perusahaan kecil. Semakin kecilnya asimetri informasi akan menurunkan konflik keagenan, sehingga pada gilirannya nilai perusahaan juga akan meningkat.

Menurut Yahdiyani (2017) realita yang terjadi pada saat ini, perusahaan dituntut untuk tidak hanya mementingkan kesejahteraan para pemegang saham. Nilai perusahaan saat ini juga diukur dengan melihat kepedulian perusahaan pada lingkungan dan berperan aktif dalam memberikan kontribusi terhadap masyarakat sekitar. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007, tercantum bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. Williams dan Siegel (2012) dalam Purnamasari (2017) menyebutkan bahwa tanggung jawab sosial atau yang lebih dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan

sebuah tindakan yang muncul sebagai kelanjutan dari tindakan sosial, diluar kepentingan perusahaan serta diwajibkan oleh hukum. Menurut Dewi dan Sanica (2017) CSR merupakan salah satu faktor *non financial* yang saat ini dipertimbangkan oleh perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Semakin banyaknya perusahaan yang melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), menandakan adanya harapan perusahaan untuk memperoleh legitimasi sosial. Menurut Setiani (2015) pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan dapat meningkatkan citra perusahaan serta menaikkan tingkat penjualan. Investor pada umumnya akan merespon dengan baik perusahaan yang mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan pada akhirnya akan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan. Selain itu, menurut Mardiyah (2002) dalam Suharsono dan Rahmasari (2013) pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga dapat mengurangi asimetri informasi yang terjadi antara manajer dengan investor. Melalui laporan tahunan yang dipublikasikan oleh perusahaan mengenai kegiatan yang telah dilakukan oleh perusahaan akan menambah informasi bagi para investor. Dengan demikian kesenjangan informasi antara manajer dengan investor tidak terlalu tinggi.

Beberapa penelitian terdahulu yang melakukan penelitian mengenai pengaruh variabel kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan masih ditemukan ketidakkonsistenan, diantaranya yaitu penelitian Ainy (2017) yang menemukan bahwa kebijakan dividen berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Azizah (2016) menemukan hasil yang

berbeda, yaitu kebijakan dividen berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian pada variabel profitabilitas terhadap nilai perusahaan juga masih ditemukan adanya ketidakkonsistenan hasil. Pada penelitian Fista (2017) menemukan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan pada penelitian Qusaeni dan Aji (2017) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Perbedaan hasil penelitian juga terjadi pada variabel kepemilikan institusional. Dimana penelitian Pertiwi (2017) menemukan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan di lain pihak penelitian Dewi dan Sanica (2017) menemukan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Ketidakkonsistenan hasil penelitian juga terjadi pada hasil penelitian variabel ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Penelitian Rakasiwi, Pranaditya, dan Andini (2017) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian Yulindar (2017) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian yang masih tidak konsisten juga terdapat pada variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR), dimana pada penelitian Yahdiyani (2017) *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara pada penelitian Susanto (2016) menemukan

bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kebijakan Dividen, Profitabilitas, Kepemilikan Institusional, Ukuran Perusahaan, dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan”.

Penelitian ini merupakan replikasi ekstensi dari penelitian yang dilakukan oleh Ainy (2017) yang berjudul “Pengaruh Kebijakan Dividen, Kepemilikan Institusional dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan”. Penelitian tersebut menggunakan objek penelitian perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode tahun 2012-2015. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu penambahan variabel independen berupa ukuran perusahaan dan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

B. Batasan Masalah Penelitian

1. Variabel independen penelitian ini terdiri dari Kebijakan Dividen dengan menggunakan proksi *Dividend Payout Ratio* (DPR), Profitabilitas menggunakan proksi *Return On Assets* (ROA), Kepemilikan Institusional, Ukuran Perusahaan, dan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Sedangkan variabel dependen terdiri dari Nilai Perusahaan dengan menggunakan proksi *Price to Book Value* (PBV).
2. Objek penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

3. Periode penelitian dilakukan selama 5 tahun, yaitu periode tahun 2012-2016.

C. Rumusan Masalah Penelitian

1. Apakah kebijakan dividen berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2016?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2016?
3. Apakah kepemilikan institusional berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2016?
4. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2016?
5. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2016?

D. Tujuan Penelitian

1. Menguji dan menganalisis pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2016
2. Menguji dan menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2016
3. Menguji dan menganalisis pengaruh kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2016
4. Menguji dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2016
5. Menguji dan menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2016

E. Manfaat Penelitian

1. Teoritis
Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan manajemen keuangan khususnya dalam peningkatan nilai perusahaan.

2. Praktis

- a. Bagi perusahaan, dapat menjadi sumber bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan dengan memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan.
- b. Bagi investor, diharapkan dapat menambah kajian dan menjadi acuan dalam menentukan investasi dananya dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.
- c. Bagi peneliti selanjutnya, dapat menjadi bahan referensi atau acuan dalam pengembangan penelitian selanjutnya di masa mendatang.