

JURNAL AKUNTANSI BISNIS

Pelita Bangsa

**PENGARUH BIAYA PRODUKSI, BIAYA PROMOSI,
DAN BIAYA DISTRIBUSI TERHADAP VOLUME
PENJUALAN**

Oleh: Edi Triwibowo dan Jumiaturun

**PENGARUH ARUS KAS OPERASI, ARUS KAS
INVESTASI DAN ARUS KAS PENDANAAN
TERHADAP RETURN SAHAM**

Oleh: Adibah Yahya dan Brendo Butar-Butar

**PENGARUH PROFITABILITAS DAN LIKUIDITAS
TERHADAP KEBIJAKAN DIVIDEN (STUDI KASUS
PADA INDEKS SAHAM JII)**

Oleh: Neng Asiah dan Oom Tikaromah

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
TERHADAP BILAI PERUSAHAAN PADA
PERUSAHAAN AGRIKULTUR YANG TERDAFTAR DI
BURSA EFEK INDONESIA**

Oleh: Sindik Widati dan Siti Salsiyah

**PENGARUH PENERAPAN E-SPT DAN
PENGETAHUAN PERPAJAKAN TERHADAP
KEPATUHAN WAJIB PAJAK**

Oleh: Taufik Hidayat dan Putri Esa Afiyanti

**Diterbitkan Oleh :
Program Studi Akuntansi
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Bangsa
Cikarang - 2019**

PENGARUH BIAYA PRODUKSI, BIAYA PROMOSI, DAN BIAYA DISTRIBUSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN

Oleh:

Edi Triwibowo¹⁾, Jumiatusun²⁾

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Bangsa

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh biaya produksi, biaya promosi, dan biaya distribusi terhadap volume penjualan. Laba merupakan salah satu tolok ukur dari keberhasilan perusahaan. Peningkatan penjualan tidak terlepas dari indikator-indikator yang mendukungnya diantaranya pengeluaran biaya produksi, biaya promosi, dan biaya distribusi yang diharapkan dapat memberikan sumbangan terhadap pembentukan laba perusahaan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus dan lapangan. Populasi dalam penelitian ini adalah laporan keuangan perusahaan manufaktur. Adapun sampel dalam penelitian ini adalah laporan bulanan yang berupa biaya produksi, biaya promosi, biaya distribusi, dan volume penjualan tahun 2010-2017 yaitu berjumlah 48 sampel. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi berganda. Hasil dari pengujian hipotesis di dalam penelitian ini menunjukkan bahwa biaya produksi, biaya promosi, biaya distribusi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan.

Kata kunci: Biaya Produksi, Biaya Promosi, Biaya Distribusi, Volume Penjualan.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of production costs, promotional costs, and distribution costs on sales volume of profit is one of the benchmarks of the success of the company. The increase in profit is inseparable from the indicators that support it, including production costs, promotion costs, distribution costs and sales volumes that are expected to contribute to the formation of corporate profits. This research is a quantitative research using a case study and field approach. The population in this study is the financial statements of manufacturing companies. The sample in this study is a monthly report in the form of production costs, promotional costs, distribution costs, and sales volume in 2010-2017, which amounted to 48 samples. Data analysis techniques used in this study are multiple regression analysis techniques. The results of testing the hypothesis in this study indicate that production costs, promotional costs, distribution costs partially have a positive and significant effect on sales volume.

Keywords: Production Costs, Promotion Costs, Distribution Costs, Sales Volume.

PENDAHULUAN

Penjualan merupakan salah satu fungsi pemasaran yang sangat penting dan menentukan bagi perusahaan dalam mencapai sebuah tujuan perusahaan yaitu memperoleh laba untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Menurut Sunyoto (2012:29) penjualan adalah orientasi manajemen yang menganggap konsumen akan melakukan atau tidak melakukan pembelian produk-produk perusahaan didasarkan atas pertimbangan

usaha-usaha nyata yang dilakukan untuk menggugah atau mendorong minat akan produk tersebut.

Volume penjualan dikemukakan oleh Freddy Rangkuti (2009 : 207) bahwa volume penjualan adalah pencapaian yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume atau unit suatu produk. Volume penjualan adalah hasil yang dicapai oleh perusahaan atau instansi dari waktu ke waktu pada umumnya tetap, tetapi selalu turun naik.

Setiap perusahaan memiliki strategi pemasaran yang berbeda-beda, tergantung dari kebutuhan setiap perusahaan. Strategi pemasaran juga disesuaikan dengan kemampuan dana perusahaan melalui kombinasi dari empat variabel yang merupakan inti dari sistem pemasaran yaitu produk, struktur harga, kegiatan promosi, dan sistem distribusi (Swastha dan Irawan,2008:10). Kebijakan perusahaan mengenai kegiatan promosi akan sangat menentukan seberapa besar volume penjualan yang dapat diperoleh perusahaan. Hal tersebut dikarenakan apabila perusahaan memiliki produk yang berkualitas dengan harga yang terjangkau serta sistem distribusi yang baik namun tidak mampu memperkenalkan produk secara luas dan merata, maka produk yang dihasilkan tidak akan memiliki nilai. Produk, harga, promosi dan distribusi merupakan variabel-variabel yang dapat mempengaruhi dan mendorong konsumen untuk menggunakan produk yang ditawarkan.

Promosi dilakukan dengan tujuan untuk memperkenalkan produk dari perusahaan kepada konsumen atau masyarakat, dengan cara menjelaskan karakteristik produk tersebut, mengenai kegunaan, dan juga kelebihan – kelebihannya, sehingga mampu menarik minat konsumen untuk memiliki atau membelinya. Biaya Promosi merupakan sejumlah dana yang dikeluarkan perusahaan kedalam promosi untuk meningkatkan penjualan (Henry Simamora dalam Tryusnita, 2009). Besarnya biaya promosi yang ditetapkan oleh perusahaan untuk memasarkan produk, berpengaruh terhadap perkembangan pemasaran. Pemasaran tidak hanya bertujuan untuk menjual barang dan jasa saja,tetapi juga untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen (pasar). Naik turunnya volume penjualan akan berpengaruh terhadap perkembangan dan kelangsungan hidup produk yang dipasarkan.

Kompleksnya masalah promosi dalam suatu perusahaan, betapa pentingnya sistem dan strategi yang tepat dalam

menyampaikan pesan kepada konsumennya dengan melalui media promosi yang biasanya menggunakan salah satu atau kombinasi dari variabel - variabel promosi.Sudah pasti suatu perusahaan ingin selalu meningkatkan jumlah penjualannya untuk mendapatkan laba yang lebih besar, dan kita melihat betapa berperannya promosi dalam upaya untuk dapat mencapai tujuan perusahaan yaitu peningkatan volume penjualan. Disamping faktor promosi faktor lain yang tidak kalah pentingnya adalah saluran distribusi.

Biaya distribusi menurut Ardiyoso (2007) dalam Kamus Besar Akuntansi adalah Biaya yang terjadi guna memasarkan atau mengirimkan suatu produk. Biaya yang dapat digolongkan ke dalam *distribution cost* adalah biaya untuk fasilitas. Saluran distribusi harus dilaksanakan dengan tepat dan teratur, sehingga dapat diharapkan produk-produk yang dihasilkan dapat terjual sebanyak mungkin sehingga produknya dapat bersaing dalam pasar dengan produk pesaingnya.Saluran distribusi adalah perantara-perantara, para pembeli dan penjual yang dilalui oleh perpindahan baik fisik maupun perpindahan milik sejak dari produsen hingga ke tangan konsumen.

Perusahaan yang mendistribusikan barangnya dapat menggunakan salah satu atau lebih dari cara penyalurannya. Dalam menentukan saluran distribusi perusahaan harus mempertimbangkan masalah harga, produk juga promosi yang dilakukan.Oleh karena itu saluran distribusi sepertinya mudah, tetapi dalam pelaksanaannya tidaklah semudah yang dibayangkan, sebab menyangkut tugas dan tanggung jawab yang tidak ringan.Kepuasan pelanggan merupakan salah satu tujuan penting ketika kita menjalankan suatu bisnis.Sebuah pelayanan yang berkualitas ke konsumen merupakan salah satu prinsip penting yang harus diketahui. Hal ini dikarenakan konsumen akan datang kembali jika konsumen tersebut merasa puas atas layanan yang sudah diberikan penjual. Ketika konsumen datang kembali maka konsumen tersebut adalah konsumen yang

setia dan tentu saja akan meningkatkan penjualan dalam jangka panjang. Konsumen akan datang kembali jika konsumen tersebut puas. Kepuasan konsumen akan sangat ditentukan oleh kualitas layanan dan kualitas produk kita. Harapan dari terbentuknya kepuasan pelanggan tidak hanya meningkatkan penjualan, melainkan juga nantinya diharapkan para konsumen merekomendasikan produk kita ke orang lain. Setiap usaha dalam menjalankan bisnisnya mempunyai tujuan untuk tetap dapat hidup dan berkembang. Tujuan tersebut hanya dapat dipakai melalui usaha mempertimbangkan dan meningkatkan laba atau keuntungan usaha. Ini hanya dapat dilakukan apabila usaha dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualannya.

Selain biaya promosi dan biaya distribusi, biaya lain yang tidak kalah pentingnya dalam mempengaruhi besar kecilnya laba yang diperoleh adalah biaya produksi. Produksi adalah kegiatan dimana suatu perusahaan memproses dan merubah bahan baku menjadi barang jadi melalui penggunaan tenaga kerja dan fasilitas produk lainnya. Dapat dikatakan bahwa biaya produksi adalah biaya yang berasal dari penyediaan bahan baku sampai biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi bahan baku sehingga menjadi barang jadi yang siap untuk dijual (Kusumah, 2009). Biaya dan pendapatan merupakan faktor yang sangat penting dalam setiap perusahaan, baik itu perusahaan yang bergerak dibidang jasa maupun perusahaan manufaktur, dan perhitungannya harus dilakukan secara efisien dan efektif mungkin (Rahmawati et.al, 2014). Pengelolaan biaya produksi yang kurang baik mengakibatkan turunnya pendapatan yang diterima. Penggunaan bahan baku yang berkualitas baik akan menghasilkan produk yang baik pula (Prihandoko, 2016). Pengembangan produk yang bervariasi dengan kualitas yang memadai, dapat merangsang minat konsumen untuk

membeli sehingga diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan.

Perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang melakukan kegiatan produksi untuk mengelola bahan baku menjadi produk jadi. Pengendalian biaya merupakan salah satu faktor penting dalam efektivitas perusahaan, serta diperlukan pengendalian dan pengawasan terhadap biaya-biaya yang dikeluarkan. Oleh karena itu, biaya produksi, biaya distribusi dan biaya promosi yang akan dikeluarkan oleh perusahaan merupakan salah satu faktor biaya yang penting yang harus *diperhitungkan*.

KAJIAN PUSTAKA

Penjualan

Penjualan merupakan salah satu fungsi pemasaran yang sangat penting dan menentukan bagi perusahaan dalam mencapai sebuah tujuan perusahaan yaitu memperoleh laba untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Menurut Sunyoto (2012:29) penjualan adalah orientasi manajemen yang menganggap konsumen akan melakukan atau tidak melakukan pembelian produk-produk perusahaan didasarkan atas pertimbangan usaha-usaha nyata yang dilakukan untuk menggugah atau mendorong minat akan produk tersebut.

Volume penjualan dikemukakan oleh Freddy Rangkuti (2009 :207) bahwa volume penjualan adalah pencapaian yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume atau unit suatu produk. Volume penjualan merupakan jumlah total yang dihasilkan dari kegiatan penjualan barang. Semakin besar jumlah penjualan yang dihasilkan perusahaan, semakin besar kemungkinan laba yang akan dihasilkan perusahaan. Oleh karena itu volume penjualan merupakan salah satu hal penting yang harus dievaluasi untuk kemungkinan perusahaan agar tidak rugi. Jadi volume penjualan yang menguntungkan harus menjadi tujuan utama perusahaan dan bukannya untuk kepentingan volume penjualan itu sendiri.

Terdapat beberapa indikator dari volume penjualan yang dikutip dari Philip Kotler oleh Basu Swastha (2008 : 404) yaitu :

1. Mencapai volume penjualan
2. Mendapatkan laba
3. Menunjang pertumbuhan perusahaan

Dari definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa volume penjualan adalah total penjualan yang dinilai dengan unit oleh perusahaan dalam periode tertentu untuk mencapai laba yang maksimal sehingga dapat menunjang pertumbuhan perusahaan.

Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan

Aktivitas penjualan banyak dipengaruhi oleh beberapa faktor yang dapat meningkatkan aktivitas perusahaan. Adapun faktor-faktor menurut Swastha dan Irawan (2008: 22) yang mempengaruhi penjualan sebagai berikut:

1. Produk
Salah satu tugas dari manajemen penjualan adalah desain produk yaitu mereka yang diminta bertindak sebagai mata dari perusahaan dan secara konstan memberikan saran perbaikan yang diperlukan produk
2. Harga
Merupakan jumlah uang yang harus dibayarkan konsumen untuk mendapatkan suatu produk guna memenuhi kebutuhannya. Penetapan harga suatu produk yang dihasilkan merupakan salah satu usaha produsen untuk menarik para konsumen tertarik membeli dalam jumlah yang lebih banyak.
3. Distribusi
Merupakan penyaluran barang dari produsen kepada . Semakin luas pendistribusian maka akan mempengaruhi penjualan.
4. Promosi
Merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan dengan tujuan utama menginformasikan, membujuk, mempengaruhi, dan mengingatkan

konsumen agar tertarik untuk membeli produk yang dihasilkan.

Biaya Produksi

Produksi adalah kegiatan dimana suatu perusahaan memproses dan merubah bahan baku menjadi barang jadi melalui penggunaan tenaga kerjadan fasilitas produk lainnya. Dapat dikatakan bahwa biaya produksi adalah biaya yang berasal dari penyediaan bahan baku sampai biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi bahan baku sehingga menjadi barang jadi yang siap untuk dijual (Kusumah, 2009).

Biaya produksi juga dapat digunakan sebagai alat untuk meningkatkan profitabilitas yang diupayakan oleh perusahaan (Rahmawati et.al, 2014). Biaya produksi tersebut menjadi penentu besarnya harga jual dari produk atau jasa yang nantinya akan mempengaruhi besarnya laba yang di peroleh (Djamalu, 2013).

Proses produksi suatu perusahaan dapat ditentukan berdasarkan metode harga pokok pesanan (*job order cost method*) dan harga pokok proses (*process cost method*)

1) Metode Harga Pokok Pesanan (*Job Order Cost Method*)

Metode harga pokok pesanan dapat dilakukan apabila perusahaan mendapatkan pesanan akan suatu produk dari pihak luar. Metode harga pokok pesanan menurut Bastian Bustami dan Nurlela (2009, hal. 61) adalah :“Perhitungan biaya berdasarkan pesanan adalah suatu system akuntansi yang menelusuri biaya pada unit individual atau pekerjaan, kontrak, tumpukan produk atau pesanan pelanggan yang spesifik.”

2) Metode Harga Pokok Proses (*Process Cost Method*)

Metode harga pokok proses dilakukan hanya untuk memenuhi persediaan barang yang ada di gudang dan produksi suatu produk dilaksanakan dalam kuantitas tertentu tergantung dari

kebijakan perusahaan. Menurut Bastian Bustami dan Nurlela (2009, hal. 91) metode harga pokok proses adalah :

“Penentuan biaya proses adalah suatu metode dimana bahan baku, tenaga kerja, dan overhead pabrik dibebankan ke biaya atau departemen. Biaya yang dibebankan ke setiap unit produk yang dihasilkan ditentukan dengan membagi total biaya yang dibebankan ke pusat biaya yang bersangkutan.”

Mulyadi (2009) perusahaan yang proses produksinya secara massa memiliki karakteristik sebagai berikut:

- a. Produk yang dihasilkan merupakan produk standar
- b. Produk yang dihasilkan dari bulan ke bulan adalah sama
- c. Kegiatan produksi dimulai dengan diterbitkannya perintah produksi yang berisi rencana produksi produk standar untuk jangka waktu tertentu.

Berdasarkan pengertian di atas, terlihat bahwa metode harga pokok proses produksi suatu perusahaan dapat ditentukan berdasarkan metode harga pokok pesanan (*job order cost method*) dan harga pokok proses (*process cost method*)

Biaya Promosi

Suatu produk bagaimanapun bermanfaatnya jika tidak dikenal konsumen maka produk tersebut tidak akan diketahui dan bermanfaat bagi konsumen. Oleh karena itu perusahaan harus melakukan cara agar konsumen dapat mengetahui produk perusahaan tersebut. Serta berusaha mempengaruhi konsumen untuk dapat menciptakan permintaan atas produk tersebut, kemudian dipelihara dan dikembangkan. Babin (2011: 27) Promosi merupakan fungsi komunikasi dari perusahaan yang bertanggung jawab menginformasikan dan membujuk/mengajak pembeli. Swastha dan Irawan (2008) mengatakan, promosi sebagai arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan permintaan. Untuk mencapai tujuan tersebut perlu diketahui bentuk-

bentuk promosi yang efektif serta terkait dengan komunikasi yang baik di antara bentuk-bentuk promosi yang ada yang lebih dikenal *promotion mix*.

Biaya Promosi merupakan sejumlah dana yang dikeluarkan perusahaan ke dalam promosi untuk meningkatkan penjualan (Henry Simamora dalam Tryusnita, 2009). Besarnya biaya promosi akan mempengaruhi volume penjualan perusahaan. Biaya promosi merupakan pengorbanan perusahaan dalam rangka mengkonsumsi informasi dari penjual kepada pembeli yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi pembelian tetap mengingat produk perusahaan. Biaya promosi tersebut ditujukan untuk menunjang kelancaran perusahaan dalam upaya meningkatkan volume penjualan guna mendapatkan laba yang lebih tinggi (Hermono et. al, 2012). Hal ini diperkuat oleh pernyataan Alma (2009:157), pada umumnya apabila dana bertambah untuk kegiatan pemasaran maka jumlah penjualan meningkat. Dengan adanya peningkatan penjualan, laba yang diperoleh perusahaan juga akan meningkat.

Biaya Distribusi

Distribusi (*place*) merupakan salah satu dari elemen marketing mix. Saluran distribusi adalah saluran yang dipakai produsen untuk menyalurkan barang hasil produksinya kepada konsumen, baik berpindahnya hak (penguasaan) hingga pemindahan barang maupun hanya pemindahan kepemilikan (Daryanto, 2013:100).

Menurut Widnyana et.al (2014) biaya distribusi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk memasarkan barang atau penyampaian barang ke pasar. Menurut Tjiptono dan Chandra (2012:411-413) pemilihan saluran distribusi harus mempertimbangkan hal-hal sebagai berikut:

1) Postponement speculation theory

Teori ini mendasarkan pemilihan saluran distribusi pada risiko ketidakpastian dan

biaya yang timbul dalam transaksi. Focus utamanya adalah efisiensi saluran distribusi dan spekulasi berupaya mengatasi risiko dengan cara mengubah bentuk dan aliran perpindahan produk di dalam saluran distribusi,

2) *Goods approach*

Teori ini menyatakan karakteristik produk merupakan penentu utama metode distribusi yang tepat dan ekonomis

3) *Financial approach*

Ditentukan oleh sumber daya finansial dan kebutuhan akan distribusi produk.

4) *Pertimbangan lain*

Hal lain yang harus diperhitungkan adalah perkembangan teknologi, faktor social dan standar etika, regulasi pemerintah, tipologi, dan budaya.

HIPOTESIS PENELITIAN

1. Pengaruh biaya produksi terhadap volume penjualan

Faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan diantaranya biaya produksi, semakin tinggi biaya produksi maka semakin tinggi pula volume penjualan. Hal ini disebabkan semakin banyaknya volume penjualan yang dilakukan perusahaan akan meningkatkan biaya produksi. Wijaya (2013), Martana et,al (2015), Syukriasi (2016) menyatakan bahwa biaya produksi berpengaruh positif signifikan terhadap volume penjualan. Namun Arizona (2006) menyatakan bahwa semakin tinggi biaya produksi, maka semakin rendah volume penjualan yang berarti bahwa biaya produksi berpengaruh negatif terhadap volume penjualan. Berdasarkan inkonsistensi penelitian tersebut, maka hipotesis yang dikemukakan adalah

H1 : Biaya produksi berpengaruh positif terhadap volume penjualan.

2. Pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan

Tingginya biaya promosi akan meningkatkan volume penjualan, yang

berarti bahwa semakin banyaknya promosi yang dilakukan perusahaan atas produknya maka akan semakin tinggi pula jumlah penjualan atas produk tersebut. Hal ini didukung oleh (Wijaya, 2013), (Hermono, 2012), Kurniadi (2014), (Syukriadi, 2016). Namun Kendy (2016) yang menyatakan bahwa promosi memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap volume penjualan, atau dapat dikatakan bahwa biaya promosi tidak mempengaruhi volume penjualan. Mariatun (2017) berpendapat bahwa biaya promosi berpengaruh negatif terhadap volume penjualan.

H2: Biaya promosi berpengaruh positif terhadap volume penjualan.

3. Pengaruh biaya distribusi terhadap volume penjualan

Biaya distribusi adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam hal menyalurkan barang dari produsen ke konsumen. Semakin tinggi biaya distribusi menandakan bahwa semakin tinggi pula volume penjualan, hal ini didukung oleh Hermono (2012), Kurnoadi (2014), Syukriadi (2016), Rahman & Yuningsih (2016). Khulud & Arifin (2016) menyatakan bahwa biaya distribusi tidak berpengaruh terhadap volume penjualan ekspor. Berdasarkan inkonsistensi penelitian maka dapat dibuat hipotesis

H3: Biaya distribusi berpengaruh terhadap volume penjualan.

4. Pengaruh biaya produksi, biaya promosi dan biaya distribusi terhadap volume penjualan

Volume penjualan dapat dipengaruhi oleh kegiatan produksi, promosi dan distribusi secara bersama-sama atau secara simultan. Artinya biaya-biaya tersebut memiliki hubungan dengan volume penjualan, tergambar dalam laporan laba rugi perusahaan dimana volume penjualan merupakan pendapatan perusahaan dan biaya merupakan pengeluaran perusahaan.

Sehingga penjualan dan biaya saling mempengaruhi.

H4: Biaya produksi, biaya promosi dan biaya distribusi berpengaruh terhadap volume penjualan.

METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2008) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek atau objek yang memiliki karakter & kualitas tertentu yang ditetapkan oleh seorang peneliti untuk dipelajari yang kemudian ditarik sebuah kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sector konsumsi yang terdapat di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2017. Data yang digunakan dalam penelitian merupakan data sekunder dan diambil dari laporan tahunan (*annual report*) perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2010-2017. Dengan menggunakan teknik pengambilan sampel melalui purposive sampling didapat sampel pada tahun penelitian 2010-2017 sebanyak 6 perusahaan.

Adapun kriteria penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Data yang diambil merupakan laporan keuangan tahunan
2. Data yang diambil merupakan data yang sudah diaudit.
3. Data menyajikan komponen berupa biaya promosi dan biaya distribusi pada beban penjualan dan pemasaran, biaya produksi pada beban pokok penjualan dan penjualan bersih yang terdapat dalam Laporan keuangan Laba/Rugi.
4. Data yang diambil merupakan laporan periode 2010-2017 yang terdapat di BEI.

Definisi Operasional Penelitian

Menurut Sugiyono (2013) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan

yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Variabel Bebas (*Independent Variabel*)

Variabel independen merupakan variabel bebas, yang artinya variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat (Sugiyono, 2013: 39).

1. Biaya Produksi (X1) Menurut Mulyadi (2012:16), biaya produksi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam pengelolaan bahan baku menjadi produk, yang digunakan untuk menghitung biaya produk jadi dan biaya produk yang pada akhir periode akuntansi masih dalam proses.
2. Biaya Promosi (X2) merupakan pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Sehingga usaha yang dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi konsumen untuk menyampaikan informasi tentang produk atau jasa agar para konsumen tertarik untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan.
3. Biaya Distribusi (X3) Menurut Widnyana et al (2014) biaya distribusi merupakan biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk memasarkan barang atau penyampaian barang ke pasar.

Variabel Terikat (*Dependent Variabel*)

Variabel dependent adalah variabel terikat, yang berarti variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2013:39). Variabel dependent dalam penelitian ini adalah volume penjualan. Volume penjualan (Y) adalah keputusan konsumen dalam membeli suatu produk.

HASIL DAN PEMBAHASAN
Analisis Regresi Berganda

Tabel 1
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	966.226	332.877		2.903	.006
	Biaya Produksi	1.382	.018	.917	75.298	.000
	Biaya Promosi	.078	.032	.027	2.408	.020
	Biaya Distribusi	7.273	.499	.176	14.581	.000

a. Dependent Variable: Volume Penjualan
 (Sumber: Output SPSS 22)

Berdasarkan tabel 1 dapat disusun model persamaan regresi linier berganda berdasarkan kolom B. Model persamaan regresi linier berganda hasil penelitian adalah sebagai berikut:

$$Y = 966,226 + 0,917X_1 + 0,027X_2 + 0,176X_3$$

Model persamaan regresi linier berganda hasil analisis tersebut dapat diartikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 966,226, artinya biaya produksi, biaya promosi, dan biaya distribusi bernilai 0, maka volume penjualan nilainya sebesar 966,226.
2. Variabel biaya produksi terdapat pengaruh terhadap volume penjualan yang berpola positif sehingga semakin bertambah nilai biaya produksi maka semakin besar nilai volume penjualan. Nilai koefisien biaya produksi sebesar 0,917 berarti bahwa setiap bertambah 1% maka akan meningkatkan volume penjualan sebesar 91,7%. Nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05 menunjukkan bahwa biaya produksi berpengaruh positif terhadap volume penjualan.
3. Variabel biaya promosi menunjukkan terdapat pengaruh terhadap volume penjualan yang berpola positif sehingga semakin bertambah nilai biaya promosi, maka semakin besar nilai volume penjualan. Nilai koefisien biaya promosi sebesar 0,027 berarti bahwa setiap bertambah 1% maka akan menambah volume penjualan sebesar 2,7%. Nilai

signifikan sebesar 0,020 < 0,05 menunjukkan bahwa biaya promosi berpengaruh positif terhadap volume penjualan.

4. Variabel biaya distribusi menunjukkan terdapat pengaruh terhadap volume penjualan yang berpola positif sehingga semakin bertambah nilai biaya distribusi maka semakin besar nilai volume penjualan. Nilai koefisien biaya distribusi sebesar 0,176 berarti bahwa setiap bertambah 1% maka akan meningkatkan volume penjualan sebesar 17,6%. Nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05 menunjukkan bahwa biaya distribusi berpengaruh positif terhadap volume penjualan.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen.

Tabel 2
Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R²)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. error of the Estimate
1	.997 ^a	.995	.994	1614.033

a. Predictors: (Constant), Biaya Produksi, Biaya Distribusi, Biaya Promosi

b. Dependent Variable: Volume Penjualan
 Sumber: Output SPSS 22, data diolah 2018.

Hasil analisis regresi berganda dapat diketahui koefisien determinasi (R Square) adalah sebesar 0,995. Dari tabel 2, diketahui bahwa nilai RSquare sebesar 0,995, hal ini berarti bahwa 99,5% yang menunjukkan bahwa volume penjualan

perusahaan dipengaruhi oleh variabel biaya produksi, biaya promosi, dan biaya distribusi. Sisanya sebesar 0,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

Uji Signifikansi Simultan (Uji-F)

Tabel 3
Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji-F)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	20990940863.214	3	6996980287.738	2685.874	.000 ^b
Residual	114624556.786	44	2605103.563		
Total	21105565420.000	47			

a. Dependent Variable: Volume Penjualan
 b. Predictors: (Constant), Biaya Distribusi, Biaya Promosi, Biaya Produksi
 Sumber: Output SPSS 22, data diolah 2018.

Berdasarkan tabel 3, hasil pengujian menunjukkan hasil F hitung sebesar 2685,874 dengan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, dimana nilai F hitung (2685,874) lebih besar dari nilai F tabelnya sebesar 2,816 (df1=4-1=3 dan df2=48-3-1=44), maka hasil ini menunjukkan bahwa variabel biaya produksi, biaya promosi, dan biaya distribusi, secara bersama-sama berpengaruh terhadap volume penjualan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh tiga variabel independen yaitu biaya produksi, biaya promosi, dan biaya distribusi terhadap variabel dependen yaitu volume penjualan. Berdasarkan pada data yang dikumpulkan dan pengujian yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Biaya produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan. Tingkat laba yang diperoleh perusahaan dapat ditentukan oleh volume produksi yang dihasilkan. Biaya produksi yang besar mengindikasikan bahwa produk yang tersedia untuk dijual juga besar, sehingga volume penjualan akan meningkat.

2. Biaya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan. Besarnya biaya promosi yang dikeluarkan perusahaan mengindikasikan bahwa perusahaan berhasil mengkomunikasikan produknya kepada masyarakat dan dapat menjangkau pasar yang telah ditargetkan, sehingga berdampak pada meningkatnya volume penjualan.
3. Biaya distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan. Besarnya biaya distribusi yang dikeluarkan perusahaan mengindikasikan bahwa produk tersalurkan dengan baik dan tersedianya produk di pasaran, sehingga produk dapat terjual sebanyak mungkin dan dapat meningkatkan volume penjualan.
4. Biaya Produksi, Biaya Promosi, Biaya Distribusi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan. Temuan penelitian ini bermakna bahwa besar kecilnya ,biaya produksi, biaya promosi, dan biaya distribusi, secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi secara positif volume penjualan. Apabila biaya produksi, biaya promosi, dan biaya distribusi semakin tinggi maka semakin tinggi pula volume penjualan. Dan sebaliknya, apabila biaya produksi, biaya

promosi, dan biaya distribusi semakin kecil maka semakin rendah volume penjualan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang telah diambil di atas, maka dapat diberikan saran sebagai berikut:

1. Pada perusahaan manufaktur diharapkan untuk tetap mempertahankan efektivitas dan efisiensi pengendalian biaya (biaya produksi, biaya promosi, biaya distribusi) serta meningkatkan volume penjualannya karena terbukti memberi pengaruh positif terhadap volume penjualan.
2. Perusahaan diharapkan lebih memperhatikan besarnya volume penjualan yang diperoleh perusahaan dengan meningkatkan kualitas produk dan membuat produk yang dibutuhkan oleh masyarakat, agar volume penjualan yang diperoleh perusahaan maksimal.
3. Perusahaan harus lebih mengoptimalkan biaya promosi dan biaya distribusi karena memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap volume penjualan, karena semakin besar biaya promosi dan biaya distribusi yang dikeluarkan perusahaan maka akan semakin besar pula volume penjualan yang disalurkan.
4. Untuk penelitian selanjutnya, sampel yang digunakan dapat ditambah sehingga untuk pengujian hipotesis dapat lebih akurat, dan menambahkan variabel serta jenis perusahaan yang berbeda mungkin akan memberikan hasil yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

Ardiyoso.(2007). Kamus standar akuntansi. Jakarta: Penerbit Citra Harta Prima.
Budhi Wijaya, Indra. 2013. Analisis Pengaruh Jenis Produk dan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan

Sepatu League. Surabaya: Showroom Sportindo Tubjungan Plaza 2.

Bustami Bastian, dan Nurlela. Akuntansi Biaya Melalui pendekatan Manajerial.Edisi pertama. Jakarta: Mitra Wacana Media. 2009.

Danang Sunyoto.(2013). Dasar-dasar Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: CAPS.

Daryanto.(2013). Sari Kuliah Manajemen Pemasaran. Bandung: PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.

Djamalu, N. (2013). Pengaruh biaya produksi terhadap laba bersih pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2012. Jurnal Akuntansi FE USU. Vol 20, No1.

Freddy Rangkuti.(2009). Mengukur Efektivitas Program Promosi & Analisis Kasus Menggunakan SPSS. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Ghozali, I. (2013). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 21 (Ed.Ke-7). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hernomo, Arindra Diesnu, Apriatni dan Widayanto. "Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Distribusi Terhadap Volume Penjualan Permen Tolak Angin Pada PT. Muncul Mekar Semarang.Skripsi. Universitas di Ponegoro. 2012.

Indah Permatasari. (2011). Analisis Biaya Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Harian Sumut Pos. Skripsi.(<http://repository.usu.ac.id/handle/123456789/26064>, diakses 13 Mei 2014.

Indriyo Gitosudarmo. (2000). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: FPFE.

Kasmir dan Jakfar.(2012). Studi Kelayakan Bisnis. Jakarta: Kencana.

Kendy, Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Volume Penjualan Pada Toko ZESE Di Kota Batam, (Batam: Skripsi tidak diterbitkan, 2016), hal. 68

Khulud, H., & Arifin, Z. (2016). Analisa Pengaruh Bauran Pemasaran

- Terhadap Volume Ekspor (Studi Dengan Pendekatan Biaya Pada Komoditi Kopi Di PT. Asal Jaya). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 32(2), 53-58.
- Kotler dan Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip pemasaran*, Jilid satu Edisi tiga belas. Jakarta : Erlangga.
- Kurniadi, Firmansyah. "Pengaruh Biaya Promosi dan Distribusi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan pada CV.Sejati di Sragen". Skripsi, Surakarta. Fakultas ekonomi Universitas Muhammadiyah. 2010.
- Mariatun, I. L. (2017). *Pengaruh Saluran Distribusi, Harga Dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Home Industri Tempe Putra KI Kecamatan Socah Tahun 2016*. *Eco-Socio: Jurnal ilmu dan Pendidikan Ekonomi*, 1(1), 31-44.
- Martana, D.P. Agus, I Ketut Kirya, dan Nyoman Yulianthini. "Pengaruh Jenis Produk, Biaya Promosi, dan Biaya Produksi Terhadap Volume Penjualan". *eJournal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Manajemen*. Vol. 3. 2015.
- M. Suyanto. (2007). *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Mulyadi. (2012). *Akuntansi biaya*. Jakarta: UPP STIM YKPM.
- Nanang Budianas. (2013). *Pengertian Strategi Promosi Penjualan*. (<http://nanangbudianas.blogspot.com/2013/02/pengertian-strategi-promosi-penjualan.html>, diakses 12 Juni 2014).
- Prihandoko, W. (2016). *Pengaruh biaya produksi dan biaya penjualan terhadap laba (Studi Kasus pada Industri Tahu di Kecamatan Bantul)* Skripsi. *Jurnal Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta*.
- Rachman, G. G., & Yuningsih, K. (2016). *Pengaruh Biaya Distribusi dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan (Studi pada Sari Intan Manunggal Knitting Bandung)*. *JRAB: Jurnal Riset Akuntansi & Bisnis*, 10(2).
- Rahmawati, S., dan Sunandar, H. (2014). *Analisis pengaruh biaya produksi dan penjualan air bersih terhadap laba pada perusahaan daerah air bersih tirta utama provinsi Jawa Tengah*. *E-Journal Universitas Politeknik Harapan Tegal*, Vol. 1.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. Alfabeta.
- Sunyoto, Danang, 2012, *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Cetakan Ketigabelas. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Tjiptono dan Chandra.(2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: CV.Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. Bumi Aksara.
- Widnyana, Made Juni, I Made Nuridja, dan I Ketut Dunia. 2014. "Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Laba Ud Surya Logam Desa Temukus Tahun 2010-2012". Volume 4, No 1.
- Yulitasari dalam Tryusnita.(2009). *Berbagai Macam Pengertian Biaya*.(<http://tryusnita.blogspot.com/2009/05/06/biaya-berbagai-macam-pengertian-biaya>, diakses 12 Juni 2014).
- Yuma Arizona, A. (2006). *PENGARUH BIAYA PRODUKSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA PT. KERTAS PADALARANG*.
www.idx.co.id
www.google.com

PENGARUH ARUS KAS OPERASI, ARUS KAS INVESTASI DAN ARUS KAS PENDANAAN TERHADAP *RETURN* SAHAM

Disusun Oleh:
Adibah Yahya¹⁾, Brendo Butar-Butar²⁾
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Bangsa

ABSTRAK

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah tujuan untuk mengetahui pengaruh arus kas terhadap *return* saham pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2016. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis data sekunder. Data diperoleh dari website resmi Bursa Efek Indonesia. Objek penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2012 sampai 2016. Dan dengan metode pengambilan sampel *purposive sampling* berdasarkan ketersediaan data selama periode penelitian, didapat 13 sampel Perusahaan. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi linear berganda dengan menggunakan uji asumsi klasik dengan menentukan derajat keyakinan 95% ($\alpha = 0,05$) pada uji t. Berdasarkan hasil analisis data disimpulkan bahwa arus kas operasi tidak berpengaruh signifikan terhadap *return* saham dengan t- hitung sebesar 1,866 lebih kecil dari t- tabel 1,99962 dan nilai signifikansi 0,067 yang berarti nilai ini lebih besar dari 0,05. Arus kas investasi tidak berpengaruh signifikan terhadap *return* saham dengan t- hitung sebesar 1,380 lebih kecil dari t- tabel 1,99962 dan nilai signifikansi 0,173 yang berarti nilai ini lebih besar dari 0,05. Arus kas pendanaan tidak berpengaruh signifikan terhadap *return* saham dengan t- hitung sebesar 1,400 lebih kecil dari t- tabel 1,99962 dan nilai signifikansi 0,167 yang berarti nilai ini lebih besar dari 0,05. Hasil uji kesesuaian model menunjukkan bahwa secara simultan arus kas operasi, arus kas investasi dan arus kas pendanaan tidak berpengaruh signifikan terhadap *return* saham. Hal ini ditunjukkan oleh nilai uji F- hitung sebesar 1,380 lebih kecil dari F- tabel 2,75 dan nilai signifikan sebesar 0,258 lebih besar dari 0,05. Nilai koefisiensi determinasi diperoleh (*adjusted R²*) sebesar 0,017 menunjukkan bahwa *return* saham dipengaruhi oleh arus kas operasi, arus kas investasi dan arus kas pendanaan sebesar 1,7% sedangkan sisanya 98,3 % dijelaskan oleh faktor lain selain faktor yang diajukan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Arus kas operasi, arus kas investasi, arus kas pendanaan, *return* saham.

ABSTRACT

The purpose of this research is to examine the influence of the cash flow to the stock return. This research uses quantitative method with secondary data type. The data is obtained from the official website of Indonesia Stock Exchange. The object of this research is all of manufacture companies which was listed in Indonesia Stock Exchange period 2012-2016. And by using purposive sampling method with criteria of data availability, obtained 13 samples of companies. The method of analysis used in this study is multiple linear regression analysis method using classical assumption test by determining 95% confidence degree ($\alpha = 0,05$) in t test. Based on the results of data analysis concluded that cash flow from operation didn't have significant influencetowardsstock return with t-count of 1.866 less than t-table 1.99962 and a

significance value of 0.067 which means this value is more than 0.05. Cash flow from investment didn't have significant influence towards stock return with t-count of 1.380 less than t-table 1.99962 and a significance value of 0.173 which means this value is more than 0.05. Cash flow from funding didn't have significant influence towards stock return with t-count of 1.400 less than t-table 1.99962 and a significance value of 0.167 which means this value is more than 0.05. The result of model conformity test shows that simultaneously cash flow from operation, cash flow from investment and cash flow from funding didn't have significant influence towards stock return. This is indicated by the F-test count of 1.380 it is less than F-table 2.75 and the significant value of 0.258 is more than 0.05. The value of determination coefficient obtained value (adjusted R^2) is 0.017, it indicates that stock return is influenced by cash flow from operation, cash flow from investment and cash flow from funding is 1.7% while the remaining 98.3% is explained by other factor than the factors that proposed in this study.

Keywords: operation cash flow, investing cash flow, funding cash flow and stock return.

PENDAHULUAN

Persaingan dunia usaha dalam perekonomian pasar bebas semakin kompetitif. Hal ini disebabkan semakin banyaknya perusahaan kompetitor yang berdiri dan berkembang sesuai dengan meningkatnya kegiatan ekonomi. Dalam era persaingan dunia usaha yang semakin kompetitif ini, ketersediaan dana dan akses ke sumber dana sangat mempengaruhi kelangsungan hidup dan kesempatan perkembangan perusahaan. Dalam perekonomian modern, salah satu akses ke sumber dana eksternal bagi perusahaan adalah pasar modal. Pasar modal memberikan kesempatan perusahaan untuk bersaing secara sehat dalam rangka menarik minat investor agar menanamkan modal di perusahaannya (Adiwirata, 2012).

Fungsi pasar modal salah satunya adalah sebagai sarana untuk memobilisasi dana yang bersumber dari masyarakat ekonomi ke berbagai sektor. Syarat utama yang diinginkan oleh para investor untuk bersedia menyalurkan dananya melalui pasar modal adalah perasaan aman akan investasi dan tingkat *return* yang akan diperoleh. Perasaan aman ini terjadi karena para investor memperoleh

informasi yang jelas, wajar, dan tepat waktu baik yang bersifat kualitatif maupun kuantitatif sebagai dasar dalam pengambilan keputusan investasi (Daniati dan Suhairi, 2006).

Menurut Trisnawati dalam Tisha (2012), pasar modal memiliki sejumlah sifat khas apabila dibandingkan dengan pasar yang lain, salah satunya adalah ketidakpastian akan kualitas produk yang ditawarkan. Misalnya, suatu perusahaan yang mengeluarkan obligasi beberapa saat kemudian gagal membayar bunga dan utang pokoknya. Atau perusahaan yang semula tidak diperhitungkan ternyata memiliki tingkat laba yang tinggi sehingga mampu membayar bunga obligasi, pokok pinjaman, bahkan mampu memberikan deviden yang cukup tinggi. Saham sebagai tanda kepemilikan modal dalam suatu perusahaan memiliki peranan penting bagi jalannya perusahaan yang mengeluarkan saham. Semakin tinggi harga saham semakin tinggi tingkat kepercayaan investor terhadap perusahaan, dan sebaliknya semakin rendah harga saham semakin rendah pula tingkat kepercayaan investor.

Seiring dengan perkembangan pasar modal, kebutuhan akan informasi

yang relevan dalam pengambilan keputusan oleh investor juga semakin meningkat. Kegiatan pasar modal tidak terlepas dari tersedianya berbagai macam informasi tentang perusahaan yang mengeluarkan saham. Dalam menentukan apakah investor akan melakukan transaksi di pasar modal, biasanya investor akan mendasarkan keputusan pada berbagai informasi yang dimilikinya. Informasi yang diperoleh dari kondisi internal perusahaan yang lazim digunakan adalah informasi laporan keuangan. Informasi ini digunakan sebagai dasar bagi investor untuk memprediksi *return*, resiko, dan faktor lain yang berhubungan dengan aktivitas di pasar modal.

Return memungkinkan investor untuk membandingkan keuntungan aktual ataupun keuntungan yang diharapkan yang disediakan oleh berbagai investasi pada tingkat pengembalian yang diinginkan. *Return* juga memiliki peran yang amat signifikan dalam menentukan nilai dari suatu investasi (Daniati dan Suhairi, 2006). Laporan keuangan yang lengkap menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan no. 1 (IAI:2012) terdiri dari komponen-komponen berikut ini (1) Laporan posisi keuangan (neraca) pada akhir periode, (2) Laporan laba rugi komprehensif selama periode, (3) Laporan perubahan ekuitas selama periode, (4) Laporan arus kas selama periode (5) Catatan atas laporan keuangan, berisi ringkasan kebijakan akuntansi penting dan informasi penjelasan lain dan (6) Laporan posisi keuangan komparatif.

Parameter kinerja perusahaan yang mendapat perhatian investor dan kreditor salah satunya adalah laporan arus kas. Laporan arus kas melaporkan penerimaan dan pengeluaran kas selama satu periode yang berasal dari aktivitas operasi, investasi dan pendanaan. Manfaat laporan arus kas

ini telah dibuktikan oleh beberapa peneliti, salah satunya adalah Bowen dalam Wahyuni (2002) menyatakan bahwa manfaat laporan arus kas adalah untuk memprediksi kegagalan, menaksir resiko, memprediksi pemberian pinjaman, penilaian perusahaan, dan memberikan informasi tambahan pada pasar modal.

Beberapa literatur lain juga mengatakan bahwa data arus kas merupakan indikator keuangan yang lebih baik dibandingkan dengan akuntansi karena laporan arus kas relatif lebih mudah diinterpretasikan dan relatif lebih sulit untuk dimanipulasi. Laporan arus kas mempunyai hubungan dengan jumlah pembayaran dividen yang terjadi dalam satu tahun setelah terbitnya laporan arus kas (Suadi dalam Daniati dan Suhairi, 2006).

Hasil yang berbeda muncul pada penelitian Rohman dalam Wibowo (2009) menyatakan bahwa data arus kas diluar data laba akuntansi hanya memberikan dukungan yang lemah bagi investor. Hal ini menunjukkan bahwa kandungan arus kas mempunyai manfaat yang lemah. Sedangkan penelitian Parawiyati dan Baridwan dalam Haryatih (2016) menunjukkan bahwa pengungkapan informasi arus kas ternyata memberikan nilai tambah bagi para pemakai laporan keuangan. Hal ini konsisten ada pada hasil penelitian Triyono dan Hartono dalam Yocelyn dan Yulius (2012) yang menguji kandungan informasi arus kas dari aktivitas pendanaan, investasi, operasi dengan *return* saham dan menyimpulkan adanya pengaruh yang signifikan antara arus kas operasi terhadap *return* saham. Penelitian lain yang mendukung hal ini salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Octora, Salim dan Petrolina dalam Pebrianti (2011), penelitian ini memperoleh hasil bahwa arus kas

operasional berpengaruh terhadap *return* saham.

Meythi dalam Wibowo (2009), reaksi pasar atau perubahan harga saham dapat diukur dengan menggunakan perubahan harga saham relatif atau *return* saham. Hal ini telah sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hartono dalam Aini (2009), dimana reaksi pasar dapat diukur dengan menggunakan *return* sebagai nilai perubahan harga.

KAJIAN PUSTAKA

Pasar Modal

Pasar modal pada hakekatnya adalah pasar yang tidak berbeda jauh dengan pasar tradisional yang selama ini kita kenal, dimana ada pedagang, pembeli dan juga tawar menawar harga. Berdasarkan Keppres No.53/1990 tentang pasar modal, yang dimaksud dengan pasar modal adalah bursa efek. Sedangkan bursa efek menurut UU No.8/1995 tentang pasar modal adalah pihak yang menyelenggarakan dan menyediakan sistem dan atau sarana untuk mempertemukan penawaran jual dan beli efek pihak-pihak lain dengan tujuan memperdagangkan efek diantara mereka.

Menurut Sartono dalam Damarjati (2015), pengertian pasar modal adalah tempat terjadinya transaksi asset keuangan jangka panjang atau long-term financial asset. Pasar modal dipandang sebagai salah satu sarana yang paling efektif untuk mempercepat akumulasi dana bagi pembiayaan pembangunan melalui mekanisme pengumpulan dana bagi masyarakat dan menyalurkan dana tersebut ke sektor-sektor produktif.

Fungsi pasar modal menurut Sunariyah dalam Hutajulu (2015) adalah sebagai berikut (1) Sarana untuk menghimpun dana-dana masyarakat yang disalurkan kedalam

kegiatan yang lebih produktif, (2) Sumber pembiayaan yang mudah, dan cepat bagi dunia usaha dan pembangunan nasional, (3) Mendorong terciptanya kesempatan berusaha dan sekaligus menciptakan kesempatan kerja, (4) Mempertinggi efisiensi lokasi sumber produksi, (5) Memperkokoh beroperasinya mekanisme dalam menata sistem moneter, karena pasar modal dapat menjadi sarana *open market operation*, apabila sewaktu-waktu diperlukan oleh bank sentral, (6) Menekan tingginya bunga menuju suatu *rate* yang *reasonable*, dan (7) Sebagai alternatif bagi para pemodal.

Arus Kas

Aktivitas perusahaan yang berkaitan dengan pengukuran kas seperti pembelanjaan perusahaan, pembiayaan ekspansi perusahaan dan juga aktivitas yang berkaitan dengan penerimaan kas dari penjualan dan pendapatan lainnya tidak dapat dijelaskan melalui neraca dan laporan laba rugi, melainkan dalam laporan arus kas. Laporan arus kas adalah suatu laporan tentang aktivitas penerimaan dan pengeluaran kas perusahaan di dalam suatu periode tertentu, beserta penjelasan tentang sumber-sumber penerimaan dan pengeluaran kas tersebut (Rudianto dalam Ariandi, 2015). Menurut PSAK No. 2, arus kas adalah arus kas masuk dan arus kas keluar atau setara kas. Kas terdiri dari saldo (*cash on hand*) dan rekening giro. Setara kas (*cash equivalent*) adalah investasi yang sifatnya sangat likuid, berjangka pendek dan yang dengan cepat dapat dijadikan kas dengan jumlah tertentu tanpa menghadapi risiko perubahan nilai yang signifikan. Setara kas dimiliki untuk memenuhi komitmen jangka pendek, bukan untuk investasi atau tujuan lain. Sedangkan menurut Brigham dalam Sadiyah (2017), arus kas bersih adalah kas aktual yang

dihasilkan oleh perusahaan dalam satu tahun tertentu. Menurut Dyckman dalam Marselina (2016), laporan arus kas adalah laporan yang menguraikan arus kas masuk dan keluar selama satu periode. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa laporan arus kas adalah laporan yang menguraikan tentang arus kas masuk dan arus kas keluar perusahaan selama satu periode. Laporan ini menyediakan informasi mengenai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan kas dari operasi, mempertahankan dan memperluas kapasitas operasinya, memenuhi kewajiban keuangannya dan membayar deviden.

Tujuan dan Kegunaan Arus Kas

Menurut Martani dalam Fajrin (2012), tujuan utama laporan arus kas adalah memberikan informasi tentang penerimaan kas dan pembayaran kas suatu entitas selama periode tertentu. Tujuan lain adalah memberikan informasi kepada kreditor, investor dan pemakai lainnya dalam hal :

1. Menentukan kemampuan perusahaan untuk menimbulkan arus kas bersih positif dimasa yang akan datang.
2. Menentukan kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan kewajibannya seperti melunasi hutang kepada kreditor.
3. Menentukan alasan terjadinya perbedaan antara laba bersih dan dihubungkan dengan pembayaran dan penerimaan kas.
4. Menentukan pengaruh transaksi kas pembelanjaan dan investasi bukan kas terhadap posisi keuangan perusahaan.

Penyajian Laporan Arus Kas

Menurut PSAK 2004 No. 2, laporan arus kas periode tertentu diklasifikasikan menurut aktivitas operasi, investasi dan pendanaan. Tujuan pengklasifikasian menurut

aktivitas adalah bahwa klasifikasi tersebut dapat memberikan informasi yang memungkinkan para pengguna laporan untuk menilai pengaruh aktivitas tersebut terhadap posisi keuangan perusahaan serta terhadap jumlah kas dan setara kas. Informasi tersebut dapat digunakan juga untuk mengevaluasi hubungan antara ketiga aktivitas tersebut. Pengklasifikasian aktivitas di dalam laporan arus kas adalah sebagai berikut :

1. Arus Kas dari Aktivitas Operasi

Jumlah arus kas yang berasal dari aktivitas operasi merupakan indikator yang menentukan apakah dari operasinya perusahaan dapat menghasilkan arus kas yang cukup untuk melunasi pinjaman, memelihara kemampuan operasi perusahaan, membayar deviden dan melakukan investasi baru tanpa mengandalkan pada sumber pendanaan dari luar (PSAK 2004 No. 2, paragraf 12). Arus kas dari aktivitas operasi pada umumnya berasal dari transaksi dan peristiwa lain yang mempengaruhi pendapatan laba atau rugi bersih. Beberapa contoh arus kas dari aktivitas operasi adalah :

- a. Penerimaan kas dari penjualan barang atau jasa.
- b. Penerimaan kas dari royalti, komisi dan pendapatan lain.
- c. Pembayaran kas kepada pemasok barang atau jasa.
- d. Pembayaran kas kepada karyawan.
- e. Penerimaan dan pembayaran kas oleh perusahaan asuransi.
- f. Pembayaran atau penerimaan kembali pajak penghasilan kecuali jika bagian dari aktivitas pendanaan dan investasi.
- g. Penerimaan dan pembayaran kas dari kontrak yang diadakan untuk tujuan transaksi usaha dan perdagangan. (PSAK 2004 No. 2, paragraf 13)

Terdapat dua metode alternatif pelaporan arus kas dari aktivitas operasi dalam laporan arus kas (PSAK 2004 No.2, paragraf 17). Kedua metode tersebut adalah :

a) Metode langsung

Metode ini melaporkan sumber kas operasi dan penggunaan kas operasi. Sumber utama kas operasi adalah kas yang diterima dari para pelanggan. Sedangkan penggunaan utama dari kas operasi meliputi kas yang dibayarkan kepada pemasok atas barang dan jasa serta kas yang dibayarkan kepada pegawai sebagai upah. Perbedaan antara penerimaan kas dan pembayaran kas dalam suatu operasi merupakan arus kas bersih dari aktivitas operasi. Keunggulan metode ini adalah bahwa metode ini melaporkan sumber dan penerimaan kas dalam laporan arus kas. Kelemahan utamanya adalah bahwa data yang dibutuhkan seringkali tidak mudah didapat dan biaya pengumpulan umumnya mahal.

b) Metode tidak langsung

Metode ini melaporkan arus kas operasi yang dimulai dengan laba bersih dan kemudian disesuaikan dengan pendapatan serta beban yang tidak melibatkan penerimaan atau pembayaran kas. Dengan kata lain, laba bersih akrual disesuaikan dengan menentukan jumlah bersih arus kas dari aktivitas. Keunggulan utama dari metode tidak langsung adalah bahwa metode ini memusatkan pada perbedaan antara laba bersih dan arus kas dari aktivitas operasi. Dalam hal ini, metode tersebut menunjukkan hubungan antara laporan laba rugi, neraca dan laporan arus kas. Karena datanya dapat tersedia dengan segera, maka metode tidak

langsung pada umumnya lebih mudah dibanding metode langsung.

2. Arus Kas dari Aktivitas Investasi

Pengungkapan terpisah arus kas yang berasal dari aktivitas investasi perlu dilakukan sebab arus kas tersebut mencerminkan penerimaan dan pengeluaran kas sehubungan dengan sumber daya yang bertujuan untuk menghasilkan pendapatan dan arus kas masa depan. Beberapa contoh arus kas yang berasal dari aktivitas investasi adalah : (PSAK 2004 No. 2, paragraf 15)

a. Pembayaran uang untuk membeli aktiva tetap, aktiva tidak berwujud dan aktiva jangka panjang lain, termasuk pengembangan yang dikapitalisasikan dan aktiva tetap yang dibangun sendiri.

b. Penerimaan kas dari penjualan tanah, bangunan, peralatan, aktiva tidak berwujud dan aktiva jangka panjang lain.

c. Perolehan saham atau instrumen keuangan perusahaan lain.

d. Uang muka pinjaman yang diberikan kepada pihak lain serta pelunasannya (kecuali yang dilakukan oleh lembaga keuangan).

e. Pembayaran sehubungan dengan *future contracts*, *forward contracts*, *option contracts* dan *swap contracts* kecuali apabila kontrak tersebut dilakukan untuk tujuan perdagangan (*dealing or trading*), atau apabila pembayaran tersebut diklasifikasikan sebagai aktivitas pendanaan.

3. Arus Kas dari Aktivitas Pendanaan

Pengungkapan terpisah arus kas yang timbul dari aktivitas pendanaan perlu dilakukan sebab berguna untuk memprediksi klaim terhadap arus kas masa depan oleh para pemasok modal perusahaan. Beberapa contoh arus kas yang berasal dari

aktivitas pendanaan adalah : (PSAK 2004 No. 2, paragraf 16)

- a. Penerimaan kas dari emisi saham atau instrumen modal lain.
- b. Pembayaran kas kepada para pemegang saham untuk menebus saham perusahaan.
- c. Penerimaan kas dari emisi obligasi, pinjaman wesel, hipotik dan pinjaman lainnya
- d. Pelunasan pinjaman.
- e. Pembayaran kas oleh penyewa guna usaha (lessee) untuk mengurangi saldo kewajiban yang berkaitan dengan sewa guna usaha pembiayaan.

Return Saham

Return saham adalah hasil yang diperoleh dari investasi. Return dapat berupa *return* realisasi yang sudah terjadi atau *return* ekspektasi yang belum terjadi tetapi yang diharapkan akan terjadi di masa mendatang (Hartono dalam Rizal dan Ana, 2016). Menurut Jogiyanto dalam Basuki (2017), *return* merupakan hasil atau keuntungan yang diperoleh pemegang saham sebagai hasil dari investasinya. Sedangkan pengertian *return* (tingkat kembalian) menurut Robert Ang dalam Purumas (2014), yaitu tingkat keuntungan yang dinikmati oleh pemodal atas suatu investasi yang dilakukannya. Tanpa adanya tingkat keuntungan yang dinikmati dari suatu investasi, tentunya investor (pemodal) tidak akan melakukan investasi. Jadi setiap investasi baik jangka pendek maupun jangka panjang mempunyai tujuan utama mendapatkan keuntungan yang disebut sebagai *return* baik langsung maupun tidak langsung.

Komponen *return* terdiri dari 2 jenis yaitu *current income* (pendapatan lancar) dan *capital gain* (keuntungan selisih harga). *Current income* merupakan keuntungan yang diperoleh

melalui pembayaran yang bersifat periode seperti pembayaran bunga deposito, bunga obligasi, dividen dan sebagainya. Pendapatan lancar adalah keuntungan yang diterima biasanya dalam bentuk kas atau setara kas, sehingga dapat diuangkan secara cepat, seperti bunga / jasa giro dan dividen tunai. Dan yang setara kas adalah saham bonus atau dividen saham yaitu dividen yang dibayarkan dalam bentuk saham.

Komponen kedua dari *return* adalah *capital gain*, yaitu keuntungan yang diterima karena adanya selisih antara harga jual dengan harga beli saham dari suatu instrumen investasi. *Capital gain* sangat tergantung dari harga pasar instrumen investasi, yang berarti instrumen investasi harus diperdagangkan di pasar. Dengan adanya perdagangan maka akan timbul perubahan nilai suatu instrumen investasi yang memberikan *capital gain*. Besarnya *capital gain* dilakukan dengan analisis historis yang terjadi pada periode sebelumnya, sehingga dapat ditentukan besarnya *expected return*. *Expected return* merupakan *return* (tingkat kembalian) yang diharapkan oleh investor atas suatu investasi yang akan diterima pada masa yang akan datang. Faktor yang mempengaruhi *return* suatu investasi meliputi faktor internal dan faktor eksternal.

Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya banyak mengkaji masalah arus kas khususnya arus kas operasi dan bahkan mengkaitkannya dengan laba akuntansi atau dengan komponen lain yang terdapat dalam laporan keuangan sebuah perusahaan. Salah satu penelitian menunjukkan secara parsial variabel laba bersih berpengaruh secara signifikan terhadap *return* saham, arus kas operasi berpengaruh secara signifikan terhadap *return*

saham, arus kas investasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *return* saham, dan arus kas pendanaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *return* saham. Namun saat dilakukan pengujian secara simultan keempat variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap *return* saham (Haryatih, 2016)

Sejalan dengan (Hartiyah, 2016), Basuki (2017) menyatakan bahwa secara parsial variabel arus kas operasi berpengaruh secara signifikan terhadap *return* saham, arus kas investasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *return* saham, arus kas pendanaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *return* saham, *return on assets* berpengaruh secara signifikan terhadap *return* saham dan *return on equity* berpengaruh secara signifikan terhadap *return* saham. Namun secara simultan kelima variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap *return* saham.

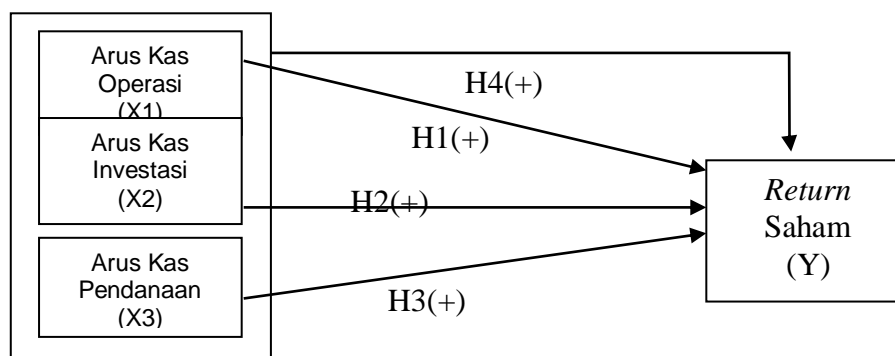
Perspektif yang berbeda dikemukakan oleh Rahmasari (2014), hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial variabel arus kas operasi tidak

berpengaruh secara signifikan terhadap *return* saham, arus kas investasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *return* saham, arus kas pendanaan berpengaruh secara signifikan terhadap *return* saham dan laba akuntansi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *return* saham. Tetapi saat dilakukan pengujian secara simultan keempat variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap *return* saham.

Sejalan dengan Rahmasari (2014), Ana (2016) menyatakan bahwa secara parsial variabel laba bersih berpengaruh positif terhadap *return* saham, arus kas operasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *return* saham, arus kas investasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *return* saham, arus kas pendanaan berpengaruh secara signifikan terhadap *return* saham, dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *return* saham. Tetapi saat dilakukan pengujian secara simultan kelima variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap *return* saham.

KERANGKA PEMIKIRAN

Gambar 1
Hubungan antara Variabel Independen dan Variabel Dependen



Sumber : Data yang diolah peneliti, 2018

Dalam penelitian ini, yang akan diteliti adalah pengaruh laporan arus kas terhadap *return* saham. Laporan arus kas terdiri dari arus kas dari aktivitas operasi, investasi dan pendanaan. Aktivitas operasi adalah aktivitas penghasil utama pendapatan dan aktivitas lainnya yang bukan aktivitas investasi dan pendanaan. Umumnya berasal dari transaksi dan peristiwa lain yang mempengaruhi penetapan laba atau rugi bersih. Arus kas dari aktivitas operasi dapat menghasilkan yang cukup untuk melunasi pinjaman, memelihara kemampuan operasi perusahaan, membayar deviden dan melakukan investasi baru tanpa mengandalkan sumber pendanaan dari luar.

Aktivitas investasi adalah aktivitas yang menyangkut perolehan atau pelepasan aktiva jangka panjang dan investasi lain yang tidak termasuk dalam setara kas, mencakup aktivitas meminjamkan uang dan mengumpulkan piutang, memperoleh atau menjual investasi dan aktiva jangka panjang.

Aktivitas pendanaan adalah aktivitas yang mengakibatkan perubahan dalam jumlah serta komposisi ekuitas dan pinjaman perusahaan. Arus kas pendanaan berguna untuk memprediksi klaim terhadap arus kas masa depan oleh para pemasok modal perusahaan. Hal ini akan berpengaruh terhadap arus kas operasi yang lebih rendah untuk masa yang akan datang. Selain itu juga berpengaruh terhadap perubahan deviden yang sangat erat hubungannya dengan *return* saham.

Hipotesis Penelitian

Hipotesis Penelitian dilakukan untuk mendapatkan jawaban sementara dari rumusan masalah yang disampaikan dalam penelitian. Berdasarkan teori dan kerangka penelitian maka akan membangun

hipotesis dalam menguji bagaimana hubungan masing- masing variabel independen dengan variabel dependen :

1. Jumlah arus kas yang berasal dari aktivitas operasi menentukan apakah dari kegiatan operasinya perusahaan dapat menghasilkan arus kas yang cukup untuk melunasi pinjaman, memelihara kemampuan operasi perusahaan, membayar deviden dan melakukan investasi baru tanpa mengandalkan pada sumber pendanaan dari luar. Sehingga adanya perubahan arus kas dari kegiatan operasi yang akan memberikan sinyal positif kepada investor, maka investor akan membeli saham perusahaan yang pada akhirnya meningkatkan *return* saham. Selain itu pula, penelitian yang dilakukan oleh Haryatih (2016) menyatakan bahwa arus kas dari aktivitas operasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *return* saham, hal ini juga diperkuat oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Basuki (2017). Dari pemikiran dan hasil penelitian tersebut maka peneliti membuat hipotesis :

H1 : Arus Kas Operasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Return* Saham pada Perusahaan Manufaktur yang ada di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2016.

2. Arus kas dari aktivitas investasi dapat menjadi suatu pertimbangan bagi investor untuk menilai kinerja perusahaan di masa depan. Perusahaan dengan arus kas dari aktivitas investasi yang menurun, yang berarti adanya aktivitas investasi, menunjukkan adanya potensi kenaikan pendapatan di masa depan yang diperoleh dari tambahan investasi baru tersebut. Informasi ini tentunya berguna bagi investor dan dapat mempengaruhi keputusan membeli atau menjual

saham yang dimilikinya. Keputusan investor ini selanjutnya akan dapat menyebabkan perubahan harga saham dan *return* saham. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Chairunisa (2016) menyatakan bahwa arus kas dari aktivitas investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *return* saham. Dari pemikiran dan hasil penelitian tersebut maka peneliti membuat hipotesis :

H2 : Arus Kas Investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Return* Saham pada Perusahaan Manufaktur yang ada di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2016.

3. Penerbitan utang merupakan sinyal yang baik untuk menaksir arus kas karena pemilik dapat mempertahankan proporsi kepemilikannya dari pada menerbitkan saham. Keputusan pendanaan merupakan signal positif bagi para investor. Investor menjadikan arus kas dari aktivitas pendanaan sebagai tolak ukur dalam menilai perusahaan sehingga akan mempengaruhi keputusan investasi mereka. Selanjutnya keputusan investasi investor akan mempengaruhi permintaan dan penawaran saham perusahaan yang selanjutnya akan menyebabkan perubahan harga pasar saham dan *return* saham. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Purwanti, Masitoh, dan Chomsatu (2015) menyatakan bahwa arus kas dari aktivitas pendanaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *return* saham, dimana hal ini juga diperkuat oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh penelitian Rizal dan Ana (2016). Dari pemikiran dan hasil penelitian tersebut maka peneliti membuat hipotesis :

H3 : Arus Kas Pendanaan berpengaruh positif dan

signifikan terhadap *Return* Saham. pada Perusahaan Manufaktur yang ada di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2016.

4. Arus kas operasi dan arus kas pendanaan yang berpengaruh semakin tinggi akan menjadi tolak ukur investor dalam menilai perusahaan sehingga akan mempengaruhi keputusan investasi mereka dan selanjutnya akan meingkatkan harga saham dan *return* saham meskipun arus kas investasi berpengaruh sebaliknya. Selain it, penelitian yang dilakukan oleh Rahmasari (2014) menyatakan bahwa arus kas dari aktivitas operasi, investasi dan pendanaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *return* saham, dimana hal ini juga diperkuat oleh Haryatih (2016), Basuki (2017). Maka dari itu peneliti membuat hipotesis :

H4 : Arus Kas Operasi, Arus Kas Investasi dan Arus Kas Pendanaan secara bersama-sama/ simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Return* Saham. pada Perusahaan Manufaktur yang ada di BEI tahun 2012-2016.

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2012 – 2016.

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini metode yang akan digunakan adalah metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2012) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berupa pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data

yang bersifat kuantitatif/ statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditentukan. Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari laporan perubahan ekuitas dan laporan arus kas yang diperoleh dan dipublikasikan melalui website www.idx.co.id untuk menguji pengaruh variabel independen yaitu arus kas operasi, arus kas investasi, arus kas pendanaan dan total arus kas terhadap variabel dependen yaitu *return* saham.

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Perusahaan Manufaktur yang mencatatkan sahamnya di BEI periode 2012 sampai 2016. Sedangkan sampel adalah cara pengumpulan data dimana yang diselidiki adalah elemen sampel dari suatu populasi. Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dan dibatasi pada perusahaan manufaktur yang menyajikan laporan keuangan per 31 Desember untuk tahun 2012 sampai 2016. Pemilihan sampel pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI berdasarkan beberapa alasan dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria :

1. Perusahaan manufaktur yang berturut-turut tercatat selama periode pengamatan 2012 sampai 2016 dan mempublikasikan laporan keuangan auditannya melalui website www.idx.co.id.
2. Perusahaan yang menyajikan laporan keuangannya dalam jutaan rupiah.
3. Data laporan arus kas tidak menyebabkan multikolinieritas.

Adapun alasan digunakan perusahaan manufaktur dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Memungkinkan tersedianya laporan keuangan auditan sehingga memperlancar proses penelitian.

2. Menghindari adanya pengaruh yang dapat mengacaukan hasil penelitian.
3. Menghindari adanya bias pada data yang disampaikan oleh informasi-informasi yang ada.

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2012 - 2016. Setelah dilakukan penelitian sampel dengan metode *purposive sampling* dengan kriteria tertentu, maka didapat sampel sebanyak 13 perusahaan. Teknik pengambilan data dalam penelitian ini adalah secara sekunder, yaitu data diambil dari <http://www.idx.co.id>. Adapun perusahaan yang terpilih menjadi sampel penelitian berdasarkan kriteria yang ditentukan oleh penulis adalah sebanyak 13 perusahaan dari total 151 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012 - 2016.

Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini dirancang sebagai suatu penelitian empiris yaitu untuk menguji hipotesis yang diajukan. Penelitian ini menggambarkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Definisi operasional dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel Bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat serta dapat berdiri sendiri. Variabel bebas dari penelitian ini meliputi :

a. Arus Kas Operasi

Arus kas operasi merupakan aktivitas penghasil utama perusahaan dan aktivitas lain selain investasi dan pendanaan. Arus kas operasi pada penelitian ini diproksi menggunakan selisih

antara arus kas operasi masuk dengan arus kas operasi keluar.

CFO = CFO Masuk – CFO Keluar

b. Arus Kas Investasi

Arus kas investasi merupakan aktivitas yang menyangkut perolehan atau pelepasan aktiva jangka panjang (aktiva tidak lancar) serta investasi lain yang tidak termasuk dalam setara kas (mencakup aktivitas meminjamkan uang dan mengumpulkan piutang serta memperoleh dan menjual investasi dan aktiva jangka panjang). Arus kas investasi pada penelitian ini diproksi menggunakan selisih antara arus kas investasi masuk dengan arus kas investasi keluar.

CFI = CFI Masuk – CFI Keluar

c. Arus Kas Pendanaan

Arus kas pendanaan merupakan aktivitas yang mengakibatkan perubahan dalam jumlah serta komposisi ekuitas dan pinjaman perusahaan. Arus kas pendanaan pada penelitian ini diproksi menggunakan selisih antara arus kas pendanaan masuk dengan arus kas pendanaan keluar.

CFP = CFP Masuk – CFP Keluar

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

**Hasil Penelitian
Pengujian Asumsi Klasik**

1. Uji Normalitas

Hasil uji normalitas dengan uji

Variabel dependen adalah variabel yang dikenai pengaruh atau variabel yang menjadi perhatian utama serta tidak bisa berdiri sendiri, dalam penelitian ini variabel dependennya adalah *Return Saham*. Jenis *return* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *return realisasi* atau sering disebut *actual return* yang merupakan *capital gain* yaitu selisih antara harga saham periode berjalan dengan harga saham pada periode sebelumnya dibagi dengan harga saham periode sebelumnya. Harga saham yang digunakan adalah harga saham penutupan pada bulan Desember, yang terdaftar di *idx monthly*. *Actual return* masing-masing saham selama periode peristiwa dirumuskan sebagai berikut :

$$R_t = \frac{P_t - P_{t-1}}{P_{t-1}}$$

Dimana :

R_t = *Return* saham pada periode pengamatan

P_t = Harga saham pada periode pengamatan

P_{t-1} = Harga saham pada periode sebelum pengamatan

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pembahasan

Dalam penelitian ini pengujian yang dilakukan meliputi Pengujian asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi) dan Pengujian hipotesis (analisis regresi berganda, uji t dna uji f).

statistik non-parametrik Kolmogrov-Smirnov (KS) ditunjukkan sebagai berikut:

Tabel 1
Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		65
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,33404444
Most Extreme Differences	Absolute	,086
	Positive	,086
	Negative	-,054
Test Statistic		,086
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Output SPSS 22

Dari hasil di atas dapat dilihat nilai Asymp.Sig. (2-tailed) > 0,05 yakni 0,200 artinya data residual berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Hasil pengujian uji multikolinieritas adalah sebagai berikut :

Tabel 2
Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-,007	,058	-,124	,902			
Arus Kas Operasi	6,633E-8	,000	,625	1,866	,067	,137	7,318
Arus Kas Investasi	4,822E-8	,000	,346	1,380	,173	,244	4,105
Arus Kas Pendanaan	5,202E-8	,000	,460	1,400	,167	,142	7,049

a. Dependent Variable: RETURN SAHAM

Sumber : Output SPSS 22

Dari tabel di atas terlihat bahwa nilai *toleranceX1* adalah 0,137 dan nilai *Variance Inflation Factors (VIF)* adalah 7,318, *toleranceX2* adalah 0,244 dan nilai *Variance Inflation Factors (VIF)* adalah 4,105 serta *toleranceX3* adalah 0,142 dan nilai *Variance Inflation Factors (VIF)* adalah 7,049. Kesimpulannya tidak ada multikolinieritas antar variabel independen pada data karena nilai VIF

dari masing-masing variabel lebih kecil dari 10,00 dan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10.

3. Uji Heterokedastisitas

Dalam penelitian ini untuk uji heterokedastisitas dilakukan dengan melihat pola gambar scatterplots dan uji glejser, dari hasil pola gambar diketahui bahwa pengujian tidak mengalami

heteroskedastisitas. Selain menggunakan pola Scatterplots dilakukan juga uji glejser, yaitu dengan melihat nilai signifikansi.

Dari hasil pengujian diperoleh sebagai berikut :

Tabel 3
Uji Heterokedastisitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,276	,038		7,225	,000
ARUS KAS OPERASI	-6,443E-9	,000	-,094	-,276	,784
ARUS KAS INVESTASI	8,598E-9	,000	,096	,375	,709
ARUS KAS PENDANAAN	-5,695E-9	,000	-,078	-,233	,816

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: Output SPSS 22

Dari tabel di atas terlihat bahwa nilai signifikansi ketiga variable adalah 0,784, 0,709 dan 0,816. Kesimpulannya tidak terjadi heterokedastisitas karena nilai signifikansinya lebih besardari 0,05.

4. Uji Autokorelasi

Dari hasil pengujian diperoleh sebagai berikut :

Tabel 4
Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,252 ^a	,064	,017	,342160	2,193

a. Predictors: (Constant), Arus Kas Pendanaan, Arus Kas Investasi, Arus Kas Operasi

b. Dependent Variable: Return Saham

Sumber : Output SPSS 22

Dari model summary di atas dapat dilihat hasil pengujian angka DW adalah sebesar 2,193 dari jumlah sampel sebanyak 65 dengan variabel berjumlah 3 dan tingkat signifikansi 0,05. Berdasarkan data tersebut maka dalam tabel DW nilai dL = 1,5035 dan nilai dU = 1,6960.

Tabel 5
Klasifikasi Durbin Watson

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < DW < dL$
Tidak ada autokorelasi positif	Tanpa Keputusan	$dL < DW < dU$
Tidak ada autokorelasi negative	Tolak	$4 - dL < DW < 4$
Tidak ada autokorelasi negative	Tanpa Keputusan	$4 - dU < DW < 4 - dL$
Tidak ada autokorelasi positif dan negative	Diterima	$dU < DW < 4 - dU$

Berdasarkan tabel diatas nilai DW terletak pada $dU < DW < 4 - dU$ yaitu $1,6960 < 2,193 < 2,304$. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung autokorelasi positif maupun negatif.

Pengujian Hipotesis

1. Analisis Regresi Berganda

Dalam pengolahan data dengan menggunakan regresi linear, beberapa tahapan dilakukan untuk mencari hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, melalui pengaruh X1 (Arus Kas Operasi), X2 (Arus Kas Investasi) dan X3 (Arus Kas Pendanaan) terhadap Y (*Return Saham*).

Berdasarkan hasil pengolahan data yang terlihat pada tabel di atas pada kolom *Unstandardized Coefficients* bagian B, ditunjukkan modal persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = -0,007 + 0,00000006633X_1 + 0,00000004822X_2 + 0,00000005202X_3 + e$$

Keterangan :

Y = *Return Saham*

X1 = Arus Kas Operasi

X2 = Arus Kas Investasi

X3 = Arus Kas Pendanaan

e = Error

Hasil regresi dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 6
Hasil Uji Analisis Regresi Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardize	t	Sig.
	B	Std. Error	d Coefficients Beta		
1 (Constant)	-,007	,058		-,124	,902
ARUS KAS OPERASI	6,633E-8	,000	,625	1,866	,067
ARUS KAS INVESTASI	4,822E-8	,000	,346	1,380	,173
ARUS KAS PENDANAAN	5,202E-8	,000	,460	1,400	,167

a. Dependent Variable: RETURN SAHAM

Sumber : Output SPSS 22

Interpretasi dari persamaan regresi linier berganda diatas adalah :

- a) Konstanta sebesar -0,007 menunjukkan bahwa jika variabel independen dianggap konstan, maka tingkat *Return Saham* sebesar -0,007.
- b) Koefisien X1= 0,00000006633 ini menunjukkan bahwa apabila terjadi perubahan variabel arus kas operasi sebesar 1% hanya akan menaikkan *return saham* sebesar 0,000006633% dengan asumsi variabel lainnya konstan.
- c) Koefisien X2= 0,00000004822i ni menunjukkan bahwa apabila terjadi

perubahan variabel arus kas investasi sebesar 1% maka hanya akan menaikkan *return saham* sebesar 0,000004822% dengan asumsi variabel lainnya konstan.

- d) Koefisien X= 30,00000005202 ini menunjukkan bahwa apabila terjadi perubahan variabel arus kas operasi sebesar 1% hanya akan menaikkan *return saham* sebesar 0,000005202% dengan asumsi variabel lainnya konstan.
- e) Standar error (e) menunjukkan tingkat kesalahan pengganggu.

2. Uji Parsial (t- test)

Hasil perhitungan uji t dapat dilihat pada tabel 7.

Tabel 7
Hasil Uji Parsial
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardize	T	Sig.
	B	Std. Error	d Coefficients Beta		
1 (Constant)	-,007	,058		-,124	,902
ARUS KAS OPERASI	6,633E-8	,000	,625	1,866	,067
ARUS KAS INVESTASI	4,822E-8	,000	,346	1,380	,173
ARUS KAS PENDANAAN	5,202E-8	,000	,460	1,400	,167

a. Dependent Variable: RETURN SAHAM
Sumber : Output SPSS 22

Berdasarkan output SPSS didapat hasil penelitian dengan menggunakan rumus: $t_{tabel} = \{ \alpha / 2 ; df = (n - k) - 1 \}$. Dengan tingkat signifikansi 5% jumlah observasi (n)= 65 dan jumlah variabel (k)= 3, sehingga nilai t_{tabel} sebesar 1,99962 maka didapatkan hasil sebagai berikut :

a. Uji Hipotesis 1 (Arus Kas Operasi berpengaruh signifikan terhadap Return Saham)

Arus Kas Operasi (X1) mempunyai nilai signifikansi 0,067, lebih besar dari 0,05. Sedangkan nilai t hitung 1,866 < t_{tabel} 1,99962. Berdasarkan kedua nilai tersebut disimpulkan H1 ditolak yaitu secara parsial arus kas operasi tidak berpengaruh signifikan terhadap *return* saham.

b. Uji Hipotesis 2 (Arus Kas Investasi berpengaruh signifikan terhadap Return Saham)

Arus Kas Investasi (X2) mempunyai nilai signifikansi 0,173 yang berarti lebih besar dari 0,05, sedangkan

nilai t hitung 1,380 < t_{tabel} 1,99962. Berdasarkan kedua nilai tersebut disimpulkan H2 ditolak yaitu bahwa secara parsial arus kas investasi tidak berpengaruh signifikan terhadap *return* saham.

c. Uji Hipotesis 3 (Arus Kas Pendanaan berpengaruh signifikan terhadap Return Saham)

Arus Kas Pendanaan(X3) mempunyai nilai signifikansi 0,167, berarti lebih besar dari 0,05, sedangkan nilai t hitung 1,400 < t_{tabel} 1,99962. Berdasarkan nilai tersebut disimpulkan H3 ditolak yaitu secara parsial arus kas pendanaan tidak berpengaruh signifikan terhadap *return* saham.

3. Uji Simultan (F-test)

Pengujian ini dilakukan pada tingkat kepercayaan 95% dan α 0,05. Hasil pengujian menggunakan uji F dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 8
Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji f)
ANOVA^a

Model	Sum of Square	Df	Mean Square	F	Sig
1 Regression	.485	3	,162	1,280	,258 ^b
Residual	7,141	61	,117		
Total	7,626	64			

- a. Dependent Variable: RETURN SAHAM
- b. Predictor: (Constant), ARUS KAS PENDANAAN< ARUS KAS INVESTASI, ARUS KAS OPERASI

Sumber : Output SPSS 22

Berdasarkan tabel 8, didapat F_{hitung} sebesar 1,380 dengan tingkat signifikan 0,258, sedangkan untuk mencari F_{tabel} dengan jumlah sampel (n)= 65 dan jumlah variabel (k)= 3 dengan taraf signifikan $\alpha = 0,05$ diperoleh F_{tabel} sebesar 2,75. Rumus mencari F_{tabel} adalah $\{(df1= k= 3); (df2= n- k= 65-3= 62)\}$. Sehingga $1,380 < 2,75$ dan secara

statistik diperoleh nilai signifikan sebesar 0,258 yang berarti lebih besar dari $\alpha = 0,05$. Maka dapat diambil kesimpulan H_4 ditolak, yakni Arus Kas Operasi, Arus Kas Investasi dan Arus Kas Pendanaan secara bersama-sama/ simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap *return* saham.

4. Analisis Koefisien Korelasi dan Determinasi

Hasil uji koefisien korelasi dan determinasi penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 9
Koefisien Korelasi dan Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,252 ^a	,064	,017	,342160

a. Predictors: (Constant), ARUS KAS PENDANAAN, ARUS KAS INVESTASI, ARUS KAS OPERASI

Sumber : Output SPSS 22

Dari tabel model summary di atas dapat dilihat angka R sebesar 0,252 menunjukkan bahwa korelasi atau hubungan antara Y (*Return Saham*) dengan X1 (Arus Kas Operasi), X2 (Arus Kas Investasi) dan X3 (Arus Kas Pendanaan) tidak cukup kuat yaitu hanya sebesar 25,2%. Sedangkan nilai Adjusted R square atau koefisien determinasi adalah 0,017. Nilai ini mengindikasikan bahwa hanya 1,7% variasi atau perubahan dalam Y (*Return Saham*) yang dapat dijelaskan oleh variasi variabel X1 (Arus Kas Operasi), X2 (Arus Kas Investasi) dan X3 (Arus Kas Pendanaan).

b. Interpretasi Data

1. Pengaruh Arus Kas Operasi terhadap Return Saham.

Hipotesis pertama menyatakan hasil pengujian terhadap variabel Arus Kas Operasi, menunjukkan bahwa variabel Arus Kas Operasi tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return Saham*. Hal ini terbukti dengan hasil uji parsial dimana nilai $t_{hitung} 1,866 < t_{tabel} 1,99962$ dan nilai signifikan 0,067 $> 0,05$. Hipotesis pertama ditolak. Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Yocelyn dan Christiawan (2012) dan penelitian Rahmasari (2014) yang hasilnya menyatakan bahwa arus kas operasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *return* saham.

2. Pengaruh Arus Kas Investasi terhadap Return Saham.

Hipotesis kedua menyatakan

hasil pengujian terhadap variabel Arus Kas Investasi, menunjukkan bahwa variabel Arus Kas Investasi tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return* Saham. Hal ini terbukti dengan hasil uji parsial dimana nilai $t_{hitung}1,380 < t_{tabel}1,99962$ dan nilai signifikan $0,173 > 0,05$. Hipotesis kedua ditolak. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Haryatih (2016) dan penelitian Basuki (2017) dimana dinyatakan bahwa arus kas investasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *return* saham.

b. Pengaruh Arus Kas Pendanaan terhadap *Return* Saham.

Hipotesis ketiga menyatakan hasil pengujian terhadap variabel Arus Kas Pendanaan, menunjukkan bahwa variabel Arus Kas Pendanaan tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return* Saham. Hal ini terbukti dengan hasil uji parsial dimana nilai $t_{hitung}1,400 < t_{tabel}1,99962$ dan nilai signifikan $0,167 > 0,05$. Hipotesis ketiga ditolak. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Haryatih (2016) dan penelitian Basuki (2017) dimana dinyatakan bahwa arus kas pendanaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *return* saham

c. Pengaruh Arus Kas Operasi, Arus Kas Investasi dan Arus Kas Pendanaan terhadap *Return* Saham secara simultan.

Hipotesis Keempat menyatakan hasil pengujian terhadap variabel Arus Kas Operasi, Arus Kas Investasi dan Arus Kas Pendanaan, menunjukkan bahwa variabel Arus Kas Operasi, Arus Kas Investasi dan

Arus Kas Pendanaan secara bersama-sama/ simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return* Saham. Hal ini terbukti dengan $F_{hitung}1,380 < F_{tabel}2,75$ dan secara statistik diperoleh nilai signifikan sebesar $0,258$ yang berarti lebih besar dari $\alpha = 0,05$. Maka hipotesis keempat ditolak.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis serta uji hipotesis yang telah dipaparkan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Secara parsial diambil kesimpulan bahwa Arus Kas Operasi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *Return* Saham, dimana nilai $t_{hitung}1,866 < t_{tabel}1,99962$ dan nilai signifikan $0,067 > 0,05$.
2. Secara parsial diambil kesimpulan bahwa Arus Kas Investasi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *Return* Saham, dimana nilai $t_{hitung}1,380 < t_{tabel}1,99962$ dan nilai signifikan $0,173 > 0,05$.
3. Secara parsial diambil kesimpulan bahwa Arus Kas Pendanaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *Return* Saham, dimana nilai $t_{hitung}1,400 < t_{tabel}1,99962$ dan nilai signifikan $0,167 > 0,05$.
4. Secara simultan diambil kesimpulan bahwa Arus Kas Operasi, Arus Kas Investasi dan Arus Kas Pendanaan tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return* Saham, dengan $F_{hitung}1,380 < F_{tabel}2,75$ dan nilai signifikan sebesar $0,258$ yang berarti lebih besar dari $0,05$.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti mencoba memberikan saran yaitu :

1. Penelitian selanjutnya yang tertarik

untuk melakukan penelitian lebih lanjut, disarankan memperpanjang periode pengamatan dan menambah jumlah sampel sehingga dapat meningkatkan distribusi data yang lebih baik, serta menambah variabel independen dalam penelitian, tidak hanya informasi arus kas sehingga menghasilkan informasi yang lebih mendukung.

2. Peneliti selanjutnya disarankan untuk meneliti Perusahaan di luar sektor Manufaktur sehingga dapat membandingkan apakah hasil penelitian ini berlaku untuk seluruh sektor yang terdaftar di BEI.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwiratama, Jundan. *Pengaruh Informasi Laba, Arus Kas, dan Size Perusahaan terhadap Return Saham: Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI*. Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika Universitas Pendidikan Ganesha. Volume 2 No. 1. ISSN 2089-3310.
- Aini, Nur. 2009. *Pengaruh Laba dan Komponen Arus Kas terhadap Return Saham: Studi Empiris pada Perusahaan Terdaftar di BEI Periode 2007-2009*. TEMA Fakultas Ekonomi Universitas Stikubank Semarang. Volume 6 Edisi 2 Hal. 170-182.
- Azilia Yocelyn dan Yulius Jogi Christiawan. 2012. *Analisis Pengaruh Perubahan Arus Kas dan Laba Akuntansi Terhadap Return Saham pada Perusahaan Berkapitalisasi Besar*. Jurnal Akuntansi dan Keuangan Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra Surabaya. Volume 14 No. 2 Hal. 81-90.
- Basuki, Bas. 2017. *Pengaruh Arus Kas dan Profitabilitas terhadap Return Saham pada Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2012*. E-Jurnal Program Studi S-1 Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Tangerang.
- Daniati & Suhairi. 2006. *Pengaruh Kandungan Informasi Komponen Laporan Arus Kas, Laba Kotor, dan Size Perusahaan terhadap Expected Return Saham pada Perusahaan Textile dan Automotive di Bursa Efek Jakarta*. Makalah Simposium Nasional Akuntansi IX, Padang.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Progam SPSS 23 Edisi 8*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Haryatih. 2016. *Analisa Pengaruh Laba Bersih dan Arus Kas Terhadap Return Saham pada Perusahaan Food and Beverages: Studi Empiris di Bursa Efek Indonesia*. E-Jurnal Universitas Budi Luhur. Volume 2 Issue 2 Hal. 1-12.
- Ikatan Akuntansi Indonesia. 2009. *Standar Akuntansi Keuangan*. Jakarta : PT. Salemba Empat.
- Ikatan Akuntansi Indonesia. 2015. *Standar Akuntansi Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rahmasari, Risna. 2014. *Pengaruh Arus Kas Operasi, Investasi, Pendanaan serta Laba Akuntansi terhadap Return Saham pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI*. E-Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Volume 12 No. 2.
- Rizal, Noviansyah dan Selvia Roos Ana. 2016. *Pengaruh Laba Akuntansi dan Arus Kas serta Ukuran Perusahaan terhadap Return Saham: Studi Empiris pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di BEI Tahun 2012-2014*. E-Jurnal STIE Widya Gama Lumajang. Volume 6 No. 2.

- Sidik. 2011. *Pengaruh Laba Akuntansi, Arus Kas, dan Return on Asset terhadap Return Saham: Studi Empiris pada Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2007-2009*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Sinaga, Hardian Hariono. 2010. *Analisa Pengaruh Total Arus Kas, Komponen Arus Kas, Laba Akuntansi terhadap Return Saham*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Triyono dan Jogiyanto Hartono. 1998. *Hubungan Kandungan Informasi Arus Kas, Komponen Arus Kas dan Laba Akuntansi dengan Harga atau Return Saham*. Jurnal Riset Akuntansi Indonesia. Vol. 3. No. 1. Hal : 54-68.
- Wahyuni, Sri. 2002. *Analisis Kandungan Informasi Laporan Arus Kas di Bursa Efek Jakarta*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia. STIE Mahardhika. Volume 17 No. 2 Hal. 200-210.

www.idx.co.id

PENGARUH PROFITABILITAS DAN LIKUIDITAS TERHADAP KEBIJAKAN DIVIDEN
[STUDI KASUS PADA INDEKS SAHAM JII]

Oleh:

Neng Asiah¹⁾, Oom Tikaromah²⁾
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Bangsa

ABSTRAK

Menerbitkan saham merupakan salah satu pilihan manajemen perusahaan untuk melakukan aktivitas pendanaan. Pada sisi lain, saham merupakan investasi yang paling banyak dipilih para investor karena saham mampu memberikan tingkat keuntungan yang menarik. Namun aktivitas investasi merupakan aktivitas yang dihadapkan pada berbagai macam resiko dan ketidakpastian yang seringkali sulit diprediksikan oleh para investor. Pesatnya perkembangan Bursa Efek Indonesia (BEI) terutama di indeks syariah JII (Jakarta Islamic Index) saat ini tidak dapat dipisahkan dari peran investor yang melakukan transaksi di JII. Tujuan utama investor menginvestasikan dananya adalah untuk mencari pendapatan atau tingkat kembalian investasi (*return*) baik berupa pendapatan dividen (*dividend yield*) maupun pendapatan dari selisih harga jual saham terhadap harga belinya (*capital gain*). Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis. Nilai sig $0,033 < 0,05$ dan F_{hitung} sebesar 5,098 dan F_{tabel} sebesar 1.591972. terbukti bahwa ada pengaruh yang signifikan dari variabel profitabilitas dan likuiditas secara bersama-sama terhadap kebijakan dividen. NPM, ROE, CR, QR, Cash Ratio (X6) diperoleh nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} atau probabilitas lebih besar dari 0,05; maka H_0 diterima, yang berarti bahwa tidak berpengaruh signifikan terhadap dividen indeks JII periode 2010-2014. Sedangkan ROA (X2) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,127 dengan probabilitas 0,026. Oleh karena nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} atau probabilitas 0,026 lebih kecil dari 0,05; maka H_0 ditolak, yang berarti bahwa variabel *return on asset* berpengaruh signifikan terhadap dividen indeks JII periode 2010-2014.

Kata Kunci: Profitabilitas, likuiditas, kebijakan dividen, JII

ABSTRACT

Issuing shares is one of the company's management options for funding activities. On the other hand, stocks are the most preferred investment by investors because stocks are able to provide an attractive rate of return. But investment activity is an activity that is exposed to various risks and uncertainties that are often difficult to predict by investors. The rapid development of Indonesia Stock Exchange (IDX), especially in the index of sharia JII (Jakarta Islamic Index) is currently inseparable from the role of investors who conduct transactions in JII. The main objective of the investor to invest the funds is to seek income or return on investment in the form of dividend yield and income from the difference between the selling price of shares and the capital gain. Based on the results of hypothesis analysis and testing. The value of sig $0,033 < 0,05$ and $F_{arithmetic}$ equal to 5.098 and F_{table} equal to 1.591972. it is evident that there is a significant influence of the variables of profitability and liquidity together on the dividend policy. NPM, ROE, CR, QR, Cash Ratio (X6) obtained value of t_{count} is smaller than t_{table} or probability greater than 0,05; then H_0 is accepted, which means that no significant effect on the dividend JII index 2010-2014 period. While ROA (X2) obtained t_{count} equal to 3,127 with probability 0,026. Therefore the value of t_{count} is greater than t_{table} or probability 0,026 smaller than 0.05; then H_0 is rejected, which means that the variable return on asset have significant effect to dividend JII index period 2010-2014.

Keywords: Profitability, liquidity, dividend policy, JII

PENDAHULUAN

Daya tarik berinvestasi bagi investor dalam pasar modal adalah dividen. Dividen adalah pengembalian atas keterlibatan pemegang saham sebagai pemberi modal yang dihasilkan dari keuntungan perusahaan (Nuringsih, 2005). Kebijakan dividen menjadi kebijakan keuangan yang penting, baik bagi pihak manajemen perusahaan maupun bagi investor, kreditor, pekerja, dewan regulator, dan pemerintah (Ajanthan, 2013). Para investor umumnya menginginkan pembagian dividen yang relatif stabil, karena dengan stabilitas dividen dapat meningkatkan kepercayaan investor terhadap perusahaan sehingga mengurangi ketidakpastian investor dalam menanamkan dananya kedalam perusahaan. Ada dua jenis dividen yang bisa diperoleh pemegang saham, yaitu dividen kas dan non kas (Hidayati, 2006). Dividen kas (*cash dividend*) adalah dividen yang dibayarkan dalam bentuk uang tunai. Dividen non kas adalah dividen yang dibayarkan dalam bentuk saham dengan proporsi tertentu. Pembayaran dividen dalam bentuk tunai lebih banyak diinginkan investor dari pada dalam bentuk lain, karena pembayaran dividen kas membantu mengurangi ketidakpastian investor dalam aktivitas investasinya. Demikian pula stabilitas dividen yang dibayarkan juga akan mengurangi ketidakpastian dari profitabilitas perusahaan, sehingga stabilitas dividen juga merupakan faktor penting yang harus dipertimbangkan manajemen perusahaan.

Beberapa faktor yang memengaruhi kebijakan dividen suatu perusahaan diantaranya adalah profitabilitas, risiko, kepemilikan, dan ukuran perusahaan (Ardestani, *et. al.*, 2013). Pemegang saham akan mengajukan pembagian atas laba yang dihasilkan oleh perusahaan dalam bentuk dividen apabila perusahaan dapat menghasilkan laba yang besar. Penelitian Suharli (2006) memberikan bukti bahwa jumlah dividen yang dibagikan ditentukan oleh harga saham dan tingkat profitabilitas perusahaan. Dewi (2008) menyimpulkan bahwa perusahaan dengan kepemilikan manajemen, kepemilikan institusional, profitabilitas, dan kebijakan hutang yang

semakin tinggi akan menurunkan jumlah dividen serta ukuran perusahaan yang semakin besar akan meningkatkan jumlah dividen. Hasil penelitian Utama (2012) menyimpulkan bahwa *dividend payout ratio* dipengaruhi oleh ukuran perusahaan dan *cash ratio*, namun kebijakan hutang dan profitabilitas tidak berpengaruh pada *dividend payout ratio*.

Penelitian-penelitian sebelumnya masih menunjukkan hasil yang berbeda mengenai pengaruh profitabilitas pada kebijakan dividen. Hal tersebutlah yang memotivasi peneliti untuk kembali meneliti mengenai pengaruh profitabilitas pada kebijakan dividen dengan menambahkan variabel likuiditas dan kepemilikan manajerial sebagai variabel pemoderasi. Tingkat likuiditas perusahaan yang baik akan membuat dividen yang dibagikan juga dalam jumlah besar. Oleh karena itu, perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi dan didukung likuiditas yang baik, maka dividen yang dibayarkan juga semakin besar (Suharli, 2007). Sedangkan, perusahaan dengan tingkat profitabilitas tinggi dan dengan kepemilikan manajerial yang tinggi akan cenderung mengalokasikan laba yang dihasilkan pada laba ditahan dibandingkan membayar dividen karena manajemen cenderung memilih untuk menggunakan sumber dana internalnya dalam berinvestasi (Dewi, 2008)

Rasio profitabilitas dan likuiditas dalam suatu indeks syariah tentunya menjadi sorotan bagi para investor, terutama investor di Indonesia. Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk muslim terbanyak, oleh karena itu tak dapat dipungkiri, indeks syariah menjadi sasaran utama masyarakat Indonesia dalam menyalurkan dananya. Salah satu indeks syariah yang cukup dikenal adalah indeks JII (*Jakarta Islamic Indeks*).

KAJIAN PUSTAKA **Kebijakan Dividen**

Kebijakan dividen adalah keputusan apakah laba yang diperoleh perusahaan pada akhir tahun akan dibagi kepada

pemegang saham dalam bentuk dividen atau akan ditahan untuk menambah modal guna pembiayaan investasi di masa yang akan datang”

Menurut Sutrisno (2012:266), menyatakan bahwa :

“Kebijakan dividen bagi manajemen adalah untuk memutuskan apakah laba yang diperoleh perusahaan selama satu periode akan dibagi semua atau dibagi sebagian untuk dividen, dan sebagian lagi tidak dibagi dalam bentuk laba ditahan”

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan apabila perusahaan memutuskan untuk membagi laba yang diperoleh sebagai dividen berarti akan mengurangi jumlah laba ditahan yang akhirnya mengurangi sumber dana intern yang akan digunakan untuk mengembangkan perusahaan. Pada sisi lain, apabila perusahaan tidak membagikan labanya sebagai dividen akan dapat memperbesar sumber dana intern perusahaan, dan akan meningkatkan kemampuan untuk mengembangkan perusahaan. Kebijakan dividen berhubungan dengan penentuan besarnya *dividend payout ratio*, yaitu besarnya persentase laba bersih setelah pajak yang dibagikan sebagai dividen kepada pemegang saham.

Martono dan Agus (2010:253), menyatakan bahwa *dividend payout ratio* adalah rasio yang menunjukkan persentase laba perusahaan yang dibayarkan kepada pemegang saham biasa perusahaan berupa dividen kas. Rumus yang digunakan untuk menghitung *dividend payout ratio* adalah sebagai berikut :

$$\text{Dividend Payout Ratio} = \frac{\text{Dividend Per Share}}{\text{Earnings Per Share}}$$

Besaran *dividend payout ratio* (DPR) pada rasio industri pada umumnya berkisar antara 25% sampai dengan 50%.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kebijakan Dividen

Menurut Sutrisno (2012:267), faktor-faktor yang mempengaruhi besar kecilnya dividen yang akan dibayarkan oleh

perusahaan kepada pemegang saham antara lain adalah :

- a. Posisi solvabilitas perusahaan
Apabila perusahaan dalam kondisi insolvensi atau solvabilitasnya kurang menguntungkan, biasanya perusahaan tidak membagikan laba. Hal ini disebabkan laba yang diperoleh lebih banyak digunakan untuk memperbaiki posisi struktur modalnya.
- b. Posisi likuiditas perusahaan
Cash dividend merupakan arus kas keluar bagi perusahaan, oleh karena itu bila perusahaan membayar dividen berarti harus bisa menyediakan uang kas yang cukup banyak dan ini akan menurunkan tingkat likuiditas perusahaan. Bagi perusahaan yang tingkat likuiditasnya kurang baik, biasanya memiliki *dividend payout ratio* yang kecil, sebab sebagian besar laba digunakan untuk menambah likuiditasnya. Namun perusahaan yang sudah mapan dengan likuiditas yang baik cenderung memberikan dividen yang besar.
- c. Kebutuhan untuk melunasi hutang
Salah satu sumber dana perusahaan adalah dari kreditor berupa hutang baik jangka pendek maupun berjangka panjang. Hutang-hutang ini harus segera dibayar pada saat jatuh tempo, dan untuk membayar hutang-hutang tersebut harus disediakan dana. Semakin banyak hutang yang harus dibayar semakin besar dana yang harus disediakan sehingga akan mengurangi jumlah dividen yang dibayarkan kepada pemegang saham. Disamping itu dengan jatuh temponya hutang, berarti dana tersebut harus diganti. Alternatif mengganti dana hutang bisa dengan sumber dana intern dengan cara memperbesar laba ditahan. Hal ini tentunya akan memperkecil *dividen payout ratio*.
- d. Rencana perluasan
Perusahaan yang berkembang ditandai dengan semakin pesatnya pertumbuhan perusahaan, dan hal ini bisa dilihat dari perluasan yang dilakukan oleh perusahaan. Semakin pesat

pertumbuhan perusahaan, juga semakin pesat perluasan yang dilakukan. Konsekuensinya semakin besar kebutuhan dana untuk membiayai perluasan tersebut. Kebutuhan dana dalam rangka ekspansi tersebut bisa dipenuhi baik dari hutang, menambah modal sendiri yang berasal dari pemilik, dan salah satunya juga bisa diperoleh dari *internal resources* berupa memperbesar laba yang ditahan. Dengan demikian semakin pesat perluasan yang dilakukan, maka semakin kecil juga *dividend payout ratio* perusahaan tersebut.

Teori Dividen

Menurut Sutrisno (2012), ada beberapa teori dividen yang dikemukakan oleh para ahli dalam kaitannya dengan kemakmuran para pemegang saham yaitu, *Residual dividend of theory*, *Walter's dividend model*, dan *Modigliani and Miller model*.

a. Teori residu dividen atau *Residual dividend of theory*

Laba yang diperoleh perusahaan dalam suatu periode sebenarnya adalah untuk kesejahteraan para pemegang saham. Namun biasanya sebagian dibagikan kepada pemegang saham sebagai dividen, dan sebagian ditahan. Untuk menahan laba yang diperoleh perusahaan biasanya karena ada kesempatan investasi yang menguntungkan. Apabila keuntungan atas kesempatan investasi tersebut sama atau lebih besar dari tingkat keuntungan yang disyaratkan, maka laba memang sebaiknya tidak dibagikan. Laba dibagikan kepada pemegang saham apabila ternyata keuntungan yang diperoleh dari reinvestasi lebih kecil dibanding dengan keuntungan yang disyaratkan. Dengan demikian *residual dividend of theory* adalah sisa laba yang tidak diinvestasikan kembali.

b. Dividen model Walter atau *Walter's dividend model*

Teori dividen model Walter ini berpendapat bahwa selama keuntungan yang diperoleh dari reinvestasi lebih tinggi dibanding dengan biayanya, maka reinvestasi tersebut cenderung akan meningkatkan harga saham atau nilai perusahaan.

c. Dividen model Modigliani dan Miller atau *Modigliani and Miller's model*

Modigliani dan Miller (MM) berpendapat bahwa pada dasarnya kondisi keputusan investasi yang pembayaran dividen tidak relevan untuk diperhitungkan, karena tidak akan meningkatkan kesejahteraan pemegang saham. Menurut Modigliani dan Miller kenaikan nilai perusahaan dipengaruhi oleh kemampuan untuk mendapatkan keuntungan atau *earning power* dari aset perusahaan. Oleh karena itu nilai perusahaan ditentukan oleh keputusan investasi. Sementara keputusan apakah laba yang diperoleh akan dibagi dalam bentuk *cash dividend* atau ditahan sebagai laba ditahan tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Pendapat MM tersebut didukung oleh beberapa asumsi antara lain :

- 1) Pasar modal sempurna dimana para investor berpikir rasional.
- 2) Tidak ada pajak baik untuk perorangan maupun pajak penghasilan perusahaan.
- 3) Tidak ada emisi dan tidak ada biaya transaksi.
- 4) Informasi tentang investasi tersedia untuk setiap individu.

Pendapat Modigliani dan Miller ditekankan bahwa pengaruh pembayaran dividen terhadap kemakmuran pemegang saham akan diimbangi dengan jumlah yang sama dengan sumber dana yang lain, artinya bila perusahaan membayar dividen maka perusahaan harus mengganti dengan mengeluarkan saham baru sebagai pengganti sejumlah pembayaran dividen tersebut. Dengan demikian adanya kenaikan pembayaran dividen akan diimbangi dengan penurunan harga saham sebagai akibat penjualan saham baru.

Profitabilitas

Sejumlah rasio yang tidak terbatas banyaknya dapat dihitung, akan tetapi dalam prakteknya cukup digunakan beberapa jenis rasio saja. Meskipun rasio-rasio merupakan alat yang sangat berguna, tetapi tidak terlepas dari beberapa kelemahan dan harus digunakan dengan hati-hati. Karena perbedaan tujuan dan harapan yang ingin dicapai, maka analisis keuangan juga beragam. Jenis rasio keuangan dikelompokkan ke dalam lima kelompok menurut (Sutrisno, 2008) tetapi dalam penelitian ini, peneliti hanya memakai rasio profitabilitas saja yaitu rasio profitabilitas. Rasio profitabilitas adalah rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, investasi, maupun modal sendiri. Yang tergolong dalam kelompok rasio ini adalah *Net Profit Margin* (NPM), *Return On Assets* (ROA), dan *Return on Equity* (ROE).

1. *Net Profit Margin*

Adalah rasio antar laba setelah pajak dengan penjualan yang mengukur laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah penjualan. Disamping itu rasio ini juga digunakan untuk menghitung sejauh mana kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu. Jadi semakin tinggi *net profit margin*, maka akan semakin baik kinerja operasional perusahaan.

Rumus :

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Penjualan}}$$

2. *Return On Asset* (ROA)

Adalah rasio keuangan yang menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dan aktiva yang dipergunakan. Semakin tinggi rasio ini, maka akan semakin baik keadaan suatu perusahaan, begitupula sebaliknya.

Rumus :

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

3. *Return On Equity* (ROE)

Adalah rasio keuangan perusahaan yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba bersih yang tersedia bagi pemegang saham perusahaan.

Rasio ini dipengaruhi oleh besar kecilnya hutang perusahaan, apabila proporsi hutang makin besar maka rasio ini juga akan semakin besar.

Rumus :

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Modal Sendiri}}$$

Likuiditas

Sutrisno (2012:15), menyatakan bahwa likuiditas adalah kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban-kewajibannya yang harus segera dipenuhi. Kewajiban yang segera harus dipenuhi adalah hutang jangka pendek, oleh karena itu rasio ini bisa digunakan untuk mengukur tingkat keamanan kreditor jangka pendek, serta mengukur apakah operasi perusahaan tidak akan terganggu bila kewajiban jangka pendek ini segera ditagih. Likuiditas menyangkut kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya, tingkat likuiditas dihubungkan antara aktiva lancar dengan hutang lancar yang dimiliki perusahaan. Jika perusahaan mampu membayar, maka perusahaan berada dalam kondisi likuid. Sebaliknya, jika perusahaan tidak mampu membayar, maka perusahaan berada dalam kondisi tidak likuid.

Menurut Sutrisno (2012:216), rasio likuiditas (*liquidity ratios*) dapat diukur dengan beberapa indikator, yaitu :

a. *Current ratio*

Merupakan rasio yang membandingkan antara aktiva lancar yang dimiliki perusahaan dengan hutang jangka pendek. Aktiva lancar di sini meliputi kas, piutang dagang, efek, persediaan dan aktiva lancar lainnya. Sedangkan hutang jangka pendek meliputi hutang dagang, hutang wesel, hutang bank, hutang gaji, dan hutang lainnya yang harus segera dibayar. Rumus yang digunakan adalah :

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Current Assets}}{\text{Current Liabilities}}$$

Menurut Kasmir (2008:131), perusahaan dikatakan baik jika perbandingan aktiva lancar dengan hutang lancarnya mencapai 200% atau 2:1.

b. Quick ratio

Merupakan rasio yang membandingkan antara aktiva lancar sesudah dikurangi persediaan dengan hutang lancar. Rasio ini menunjukkan besarnya alat likuid yang paling cepat sehingga dapat digunakan untuk melunasi hutang lancar. Persediaan dianggap aktiva lancar yang paling tidak lancar, sebab untuk menjadi uang tunai (kas) memerlukan dua langkah yakni menjadi piutang terlebih dahulu sebelum menjadi kas. Rumus yang digunakan adalah :

$$\text{Quick Ratio} = \frac{\text{Current Assets} - \text{Inventory}}{\text{Currents Liabilities}}$$

Menurut Kasmir (2008:137), suatu perusahaan dikatakan lebih baik dibandingkan dengan perusahaan lain jika mampu mencapai perbandingan rasio cepat 1,5 kali.

c. Cash ratio

Merupakan rasio yang membandingkan antara kas dan aktiva lancar yang bisa segera menjadi uang kas dengan hutang lancar. Aktiva lancar yang bisa segera menjadi uang kas adalah efek atau surat berharga. Rumus yang digunakan adalah:

$$\text{Cash Ratio} = \frac{\text{Cash} - \text{Marketable Securities}}{\text{Current Liabilities}}$$

Menurut Kasmir (2010) yang dikutip dalam Novi Oktaviani (2013:6), rata-rata besaran *cash ratio* pada industri yang baik memiliki jumlah minimum sebesar 15%.

HIPOTESIS PENELITIAN**1. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Kebijakan Dividen**

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Rasio profitabilitas sangat penting untuk diketahui oleh para pengguna laporan keuangan karena menginformasikan seberapa besar kemampuan perusahaan dalam

menghasilkan laba, semakin besar rasio keuntungan menunjukkan semakin baik manajemen dalam mengelola perusahaan (Sartono, 2012).

Keuntungan yang layak dibagikan kepada pemegang saham adalah keuntungan setelah perusahaan memenuhi seluruh kewajiban tetapnya yaitu beban bunga dan pajak. Perusahaan yang memperoleh keuntungan cenderung akan membayar porsi keuntungan yang lebih besar sebagai dividen. Semakin besar keuntungan yang diperoleh, maka akan semakin besar pula kemampuan perusahaan dalam membayar dividen. Dengan demikian tingkat pengembalian investasi berupa dividen bagi investor dapat diprediksi salah satunya melalui rasio profitabilitas dari perusahaan. Brigham dan Houston (2006:154)

Bagi perusahaan yang pendapatannya stabil, dividen yang akan dibayarkan kepada pemegang saham lebih besar dibanding dengan perusahaan yang pendapatannya tidak stabil. Perusahaan yang pendapatannya stabil tidak perlu menyediakan kas yang banyak untuk berjaga-jaga, sedangkan perusahaan yang pendapatannya tidak stabil harus menyediakan uang kas yang cukup besar untuk berjaga-jaga. Sutrisno (2012:267)

Hipotesis 1

Ho1 : Profitabilitas dan likuiditas tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kebijakan dividen.

Ha1 : Profitabilitas dan likuiditas berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kebijakan dividen.

2. Pengaruh Likuiditas Terhadap Kebijakan Dividen

Likuiditas adalah kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban-kewajibannya yang harus segera dipenuhi. Kewajiban yang segera harus dipenuhi adalah hutang jangka pendek, oleh karena itu rasio ini bisa digunakan untuk mengukur tingkat keamanan kreditor jangka pendek, serta mengukur apakah operasi perusahaan tidak akan terganggu bila

kewajiban jangka pendek ini segera ditagih. Sutrisno (2012:15)

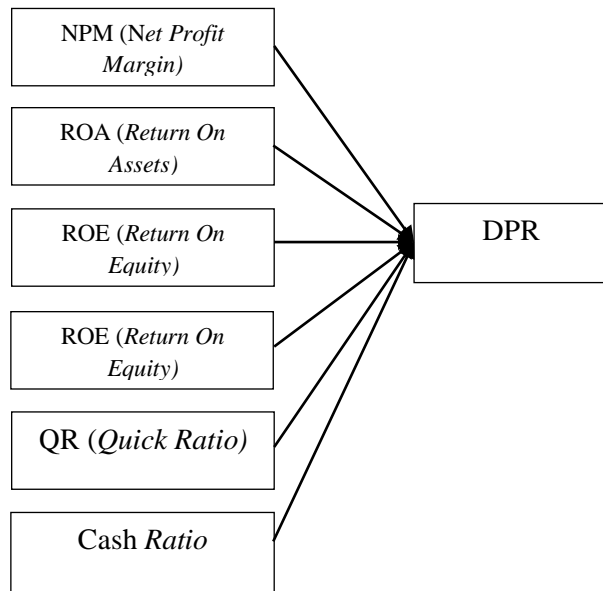
Posisi likuiditas perusahaan menjadi faktor yang mempengaruhi kebijakan dividen. *Cash dividend* merupakan arus kas keluar bagi perusahaan, oleh karena itu apabila perusahaan membayarkan dividen berarti harus menyediakan uang kas yang cukup banyak, dan akan menurunkan tingkat likuiditas perusahaan. Bagi perusahaan yang kondisi likuiditasnya kurang baik, biasanya cenderung membayarkan dividen tunai dalam jumlah yang kecil, sebab sebagian besar laba digunakan untuk menambah likuiditas. Namun, perusahaan yang sudah mapan dengan likuiditas yang baik cenderung membagikan dividen yang lebih besar kepada pemegang saham (Sutrisno, 2012)

Hipotesis 2

Ho2 : Profitabilitas dan likuiditas tidak berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kebijakan dividen.

Ha2 : Profitabilitas dan likuiditas berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kebijakan dividen.

Gambar 1
Kerangka Pemikiran



Sumber: Data diolah

METODE PENELITIAN

Populasi penelitian ini adalah seluruh perusahaan publik yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII) periode 2010 hingga 2014. Sedangkan sampelnya adalah perusahaan yang dipilih berdasarkan *purposive sampling*, yaitu metode pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu (Cooper dan Emory, 1997). Kriteria tertentu yang disyaratkan tersebut adalah saham-saham perusahaan yang secara konsisten masuk atau terdaftar di JII pada periode 2010–2014. Perusahaan yang konsisten terdaftar pada JII dianggap memiliki kinerja keuangan yang bagus.

Berdasarkan tingkat pengambilan *sampling* tersebut maka dari 49 perusahaan yang telah *go public* serta tergabung dalam JII selama periode penelitian, yang dapat dijadikan sampel adalah 12 perusahaan.

Tabel 1
Definisi operasional variabel

Uraian Variabel	Instrumen variabel yg digunakan	Pengertian atas Instrumen yang digunakan
Profitabilitas	$NPM = \frac{X1 = \text{NPM}}{\text{Laba Setelah Pajak}} \div \text{Penjualan}$	rasio antar laba setelah pajak dengan penjualan yang mengukur laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah penjualan.
	$ROA = \frac{X2 = \text{ROA}}{\text{Laba setelah Pajak}} \div \text{Total Aktiva}$	rasio keuangan yang menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dan aktiva yang dipergunakan.

Uraian Variabel	Instrumen variabel yg digunakan	Pengertian atas Instrumen yang digunakan
	$X3 = ROE$ $ROE = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Modal Sendiri}}$	rasio keuangan perusahaan yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba bersih yang tersedia bagi pemegang saham perusahaan.
Likuiditas	$X4 = CR$ $\text{Current Ratio} = \frac{\text{Current Assets}}{\text{Current Liabilities}}$	rasio yang membandingkan antara aktiva lancar yang dimiliki perusahaan dengan hutang jangka pendek.
	$X5 = QR$ $\text{Quick Ratio} = \frac{\text{Current Assets} - \text{Inventory}}{\text{Currents Liabilities}}$	rasio yang membandingkan antara aktiva lancar sesudah dikurangi persediaan dengan hutang lancar
	$X6 = \text{Cash Ratio}$ $\text{Cash Ratio} = \frac{\text{Cash} - \text{Marketable Securities}}{\text{Current Liabilities}}$	rasio yang membandingkan antara kas dan aktiva lancar yang bisa segera menjadi uang kas dengan hutang lancar.
Kebijakan Dividen	$Y = \text{DPR}$ $\text{Dividend Payout Ratio} = \frac{\text{Dividend Per Share}}{\text{Earnings Per Share}}$	rasio yang menunjukkan persentase laba perusahaan yang dibayarkan kepada pemegang saham biasa perusahaan berupa dividen kas.

Sumber : Data diolah

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan kriteria pengambilan sampel yang telah disajikan pada bab sebelumnya diperoleh sampel akhir penelitian sebanyak 12 sampel

Tabel 2

**Saham-Saham yang Masuk secara Konsisten ke Dalam JII (*Jakarta Islamic Index*)
Periode 2010 – Desember 2014**

No	Kode	Nama Perusahaan	Sektor
1	AALI	Astra Agro Lestari Tbk	Perkebunan
2	ANTM	Aneka Tambang (Persero) Tbk	Pertambangan Logam & Mineral
3	ASII	Astra International Tbk	Otomotif dan Komponenya
4	INCO	International Nickel Prakarsa Tbk	Pertambangan Logam & Mineral
5	INTP	Indocement Tunggul Prakarsa Tbk	Semen
6	ITMG	Indo Tambangraya Megah Tbk	Pertambangan Batu Bara
7	KLBF	Kalbe Farma Tbk	Farmasi
8	LSIP	PP London Sumatera Tbk	Perkebunan Sawit dan Karet
9	PTBA	Tambang Batubara Bukit Asam Tbk	Pertambangan Batu Bara
10	SMGR	Semen Gresik (persero) Tbk	Semen
11	TLKM	Telekomunikasi Indonesia Tbk	Telekomunikasi
12	UNVR	Unilever Indonesia Tbk	Kosmetik & Barang Keperluan Rumah Tangga

Sumber : Data Diolah

Hasil Analisis

1. Regresi

Regresi merupakan hubungan antara variabel Y dan variabel X. setiap perubahan variabel X akan diimbangi dengan perubahan variabel Y. Berikut ini adalah hasil perhitungan mengenai analisis regresi antara rasio profitabilitas (ROA, ROE dan NPM) dan rasio likuiditas (CR, QR dan Cash Ratio) dengan kebijakan dividen (DPR) menggunakan *software* SPSS ver 16.

Tabel 3
Analisis regresi
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,479	,250		1,920	,113
NPM_X1	-1,582	1,399	-,372	-1,131	,309
ROA_X2	5,548	1,774	1,905	3,127	,026
1 ROE_X3	-1,241	,631	-1,261	-1,966	,107
CURRENT_R_X4	-,164	,095	-1,017	-1,726	,145
QUICK_R_X5	,157	,128	,909	1,227	,275
CASH_R_X6	-,066	,175	-,295	-,377	,722

a. Dependent Variable: DPR_Y

Sumber : Data diolah

Berdasarkan tabel diatas, maka diperoleh model regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,479 - 1,582 X1 + 5,548X2 - 1,241X3 - 0,164X4 + 0,157X5 - 0,066X6$$

Dari hasil persamaan regresi tersebut masing-masing variabel dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- a. Konstanta sebesar 0,479 artinya bahwa jika NPM, ROA, ROE, CR, QR, dan Cash Ratio sama dengan nol dan tidak ada perubahan, maka nilai dividen JII adalah sebesar 0,479.
- b. Variabel X1 (NPM) memiliki nilai koefisien regresi sederhana sebesar -1,582. Hal ini menunjukkan bahwa perubahan ROA sebesar 1 poin akan menurunkan nilai dividen JII sebesar 1,582
- c. Variabel X2 (ROA) memiliki nilai koefisien regresi sederhana sebesar 5,548. Hal ini menunjukkan bahwa perubahan ROA sebesar 1 poin akan menaikkan dividen JII sebesar 5,548
- d. Variabel X3 (ROE) memiliki nilai koefisien regresi sederhana sebesar -1,241. Hal ini menunjukkan bahwa perubahan ROE

sebesar 1 poin akan menurunkan nilai dividen JII sebesar 1,241

- e. Variabel X4 (CR) memiliki nilai koefisien regresi sederhana sebesar -0,164. Hal ini menunjukkan bahwa perubahan CR sebesar 1 poin akan menurunkan nilai dividen JII sebesar 0,164.
- f. Variabel X5 (QR) memiliki nilai koefisien regresi sederhana sebesar 0,157. Hal ini menunjukkan bahwa perubahan QR sebesar 1 poin akan menaikkan nilai dividen JII sebesar 0,157
- g. Variabel X6 (Cash Ratio) memiliki nilai koefisien regresi sederhana sebesar -0,066. Hal ini menunjukkan bahwa perubahan Cash Ratio sebesar 1 poin akan menurunkan nilai dividen JII sebesar 0,066

Uji hipotesis parsial dilakukan dengan uji statistik t yang bertujuan untuk mengetahui apakah variabel rasio

profitabilitas berupa ROA, ROE dan NPM dan rasio likuiditas berupa CR, QR dan Cash Ratio berpengaruh signifikan terhadap kebijakan dividen JII secara parsial atau individu. Pengujian regresi digunakan pengujian dua arah (*two tailed test*) dengan menggunakan $\alpha = 5\%$ yang berarti bahwa tingkat keyakinan adalah sebesar 95%. Hasil perhitungan uji dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4
Rangkuman Hasil Uji-t

Variabel	t- hitung	P- value	t-tabel	Kesimpulan
NPM	- 1,131	,309	2.007584	Ho diterima
ROA	3,127	,026	2.007584	Ho ditolak
ROE	- 1,966	,107	2.007584	Ho diterima
CR	- 1,726	,145	2.007584	Ho diterima
QR	1,227	,275	2.007584	Ho diterima
CASH RATIO	-,377	,722	2.007584	Ho diterima

Sumber : Data diolah

- Berdasarkan tabel 4 hasil pengolahan data untuk variable NPM (X1) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar -1,131 dengan probabilitas 0,309. Oleh karena nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} atau probabilitas 0,309 lebih besar dari 0,05; maka H_0 diterima, yang berarti bahwa variabel *net profit margin* tidak berpengaruh signifikan terhadap dividen indeks JII periode 2010-2014.
- Berdasarkan tabel 4 hasil pengolahan data untuk variable ROA (X2) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,127 dengan probabilitas 0,026. Oleh karena nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} atau probabilitas 0,026 lebih kecil dari 0,05; maka H_0 ditolak, yang berarti bahwa variabel *return*

on asset berpengaruh signifikan terhadap dividen indeks JII periode 2010-2014.

- Berdasarkan tabel 4 hasil pengolahan data untuk variable ROE (X3) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar -1,966 dengan probabilitas 0,107. Oleh karena nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} atau probabilitas lebih besar dari 0,05; maka H_0 diterima, yang berarti bahwa variabel *return on equity* tidak berpengaruh signifikan terhadap dividen indeks JII periode 2010-2014.
- Berdasarkan tabel 4 hasil pengolahan data untuk variable CR (X4) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar -1,726 dengan probabilitas 0,145. Oleh karena nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} atau probabilitas lebih besar dari 0,05; maka H_0 diterima, yang berarti bahwa variabel *current ratio* tidak berpengaruh signifikan terhadap dividen indeks JII periode 2010-2014.
- Berdasarkan tabel 4 hasil pengolahan data untuk variable QR (X5) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 1,227 dengan probabilitas 0,275. Oleh karena nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} atau probabilitas lebih besar dari 0,05; maka H_0 diterima, yang berarti bahwa variabel *quick ratio* tidak berpengaruh signifikan terhadap dividen indeks JII periode 2010-2014.
- Berdasarkan tabel 4 hasil pengolahan data untuk variable Cash Ratio (X6) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar -0,377 dengan probabilitas 0,732. Oleh karena nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} atau probabilitas lebih besar dari 0,05; maka H_0 diterima, yang berarti bahwa variabel *Cash ratio* tidak berpengaruh signifikan terhadap dividen indeks JII periode 2010-2014.

2. Pengujian Hipotesis Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu ROA, ROE, NPM, CR, QR dan Cash Ratio secara simultan terhadap variabel terikat yaitu DPR, dengan menggunakan derajat keyakinan 5%; jika nilai signifikansi F_{hitung} lebih kecil dari tingkat signifikansi tertentu (5%), maka yang diuji adalah signifikansi dalam menentukan variabilitas variabel tergantung.

Tabel 5
Uji Simultan
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,333	2	,166	5,098	,033 ^b
	Residual	,294	9	,033		
	Total	,627	11			

a. Dependent Variable: Kebijakan Dividen
b. Predictors: (Constant), Likuiditas, Profitabilitas
Sumber : data diolah

Dari hasil analisis diperoleh nilai sig $0,033 < 0,05$ dan F_{hitung} sebesar 5,098 dan F_{tabel} sebesar 1.591972. Karena nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} maka H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan demikian terbukti bahwa ada pengaruh yang signifikan dari variabel profitabilitas dan likuiditas secara bersama-sama terhadap kebijakan dividen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara profitabilitas dan likuiditas terhadap dividen di indeks JII periode 2010-2014. Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis. Dapat disimpulkan bahwa

1. Nilai sig $0,033 < 0,05$ dan F_{hitung} sebesar 5,098 dan F_{tabel} sebesar 1.591972. Karena nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} maka H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan demikian terbukti bahwa ada pengaruh yang signifikan dari variabel profitabilitas dan likuiditas secara bersama-sama terhadap kebijakan dividen.
2. NPM (X1) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar -1,131 dengan probabilitas 0,309. Oleh karena nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} atau probabilitas 0,309 lebih besar dari 0,05; maka H_0 diterima, yang berarti bahwa variabel *net profit margin* tidak berpengaruh signifikan terhadap dividen indeks JII periode 2010-2014.
3. ROA (X2) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,127 dengan probabilitas 0,026. Oleh karena nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} atau probabilitas 0,026 lebih kecil dari 0,05; maka H_0 ditolak, yang berarti bahwa variabel *return on asset* berpengaruh signifikan terhadap dividen indeks JII periode 2010-2014.
4. ROE (X3) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar -1,966 dengan probabilitas 0,107. Oleh karena nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} atau probabilitas lebih besar dari 0,05; maka H_0 diterima, yang berarti bahwa variabel *return on equity* tidak berpengaruh signifikan terhadap dividen indeks JII periode 2010-2014.
5. CR (X4) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar -1,726 dengan probabilitas 0,145. Oleh karena nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} atau probabilitas lebih besar dari 0,05; maka H_0 diterima, yang berarti bahwa variabel *current ratio* tidak berpengaruh signifikan terhadap dividen indeks JII periode 2010-2014.
6. QR (X5) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 1,227 dengan probabilitas 0,275. Oleh karena nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} atau probabilitas lebih besar dari 0,05; maka H_0 diterima, yang berarti bahwa variabel *quick ratio* tidak berpengaruh signifikan terhadap dividen indeks JII periode 2010-2014.
7. Cash Ratio (X6) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar -0,377 dengan probabilitas 0,732. Oleh karena nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} atau probabilitas lebih besar dari 0,05; maka H_0 diterima, yang berarti bahwa variabel *Cash ratio* tidak berpengaruh signifikan terhadap dividen indeks JII periode 2010-2014.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajanthan, A. 2013. The Relationship between Dividend Payout and Firm Profitability: A Study of Listed Hotels and Restaurant Companies in Sri Lanka. *International Journal of Scientific and Research Publications*, Vol. 3, No. 6, pp: 1-6.
- Ardestani, Hananeh Shahtemoori, Siti Zaleha Abdul Rasid, dan Rohaida Basiruddin. 2013. Dividend Payout Policy, Investment Opportunity Set dan Corporate Financing in the Industrial Products Sector of Malaysia. *Journal of Applied Finance & Banking*, Vol. 3, No. 1, pp: 123-136.
- Brigham dan Houston. 2001. *Manajemen Keuangan Buku II*. Jakarta : Erlangga
- Dewi (2008) *Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Dividen Kas Di Bursa Efek Indonesia*. Skripsi. Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.
- Fahmi dan Hadi. 2010. Fahmi, I. (2014). *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Harahap, S. 2006. *Analisa Kritis Atas Laporan Keuangan*. Edisi Pertama. Cetakan Ketiga. Penerbit PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Hidayati, N. 2006. *Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Dividen Kas Di Bursa Efek Jakarta*. Skripsi. Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.
- Kartikahadi, Hans dkk. 2012. *Akuntansi Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat
- Kasmir. 2008. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya Edisi Revisi 2008*. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada
- Martono dan Agus Harjito. 2010. *Manajemen Keuangan (Edisi 3)*. Yogyakarta : Ekonesia
- Nugroho. 2005. *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta : Andi
- Nuringsih, Kartika. 2005. Analisis Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kebijakan Utang, ROA dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kebijakan Dividen: Study 1995-1996. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, Vol. 2, No. 2, pp: 103-123.
- Novi Oktaviani. 2013.
- Rudianto. 2012. *Pengantar Akuntansi Konsep & Teknik Penyusunan Laporan Keuangan*. Jakarta : Erlangga
- Sartono, Agus. 2010. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi Edisi Keempat*. Yogyakarta : BPFE
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2011. "Metode Riset Bisnis". Edisi Pertama. Bandung : Guardaya Intimarta
- Suharli, Michell. 2006. Studi Empiris Mengenai Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Harga Saham Terhadap Jumlah Dividen Tunai (Studi pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta Periode 2002-2003). *Jurnal Maksi*, Vol. 6, No. 2, hal: 243-256.
- _____. 2007. Pengaruh Profitability dan Investment Opportunity Set Terhadap Kebijakan Dividen Tunai dengan Likuiditas sebagai Variabel Penguat (Study pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta Periode 2002-2003). *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 9, No. 1, hal: 9-17.
- Sutrisno, 2012. *Manajemen Keuangan Teori, Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta:Ekonesia
- Utama, I Made Karya. 2012. Dividend Payout Ratio dan Faktor yang Mempengaruhinya (Studi Pada Bursa Efek Indonesia Periode 2006- 2010). *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, No. 1, hal: 1061-1075.

PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN AGRIKULTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

Oleh:
Sindik Widati¹⁾, Siti Salsiyah²⁾,
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Bangsa

ABSTRAK

Semakin banyak perusahaan yang berbisnis semakin ketat pula persaingan yang terjadi pada perusahaan-perusahaan tersebut. Untuk mencapai salah satu tujuannya perusahaan diwajibkan memaksimalkan nilai perusahaannya. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu faktor non keuangan yang sekarang ini perlu dipertimbangkan oleh perusahaan dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan. Nilai sig CSR sebesar $0,006 < 0,05$ dan nilai t hitung 2,916 lebih besar dari nilai t tabel. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa variabel CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Agrikultur di BEI periode 2013-2016. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebuah perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaannya dan perusahaan yang tidak mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* bisa saja memiliki nilai perusahaan yang rendah. Sering kali terjadi apa yang dijalankan didalam CSR sebuah perusahaan sesuai dengan apa yang diinginkan masyarakat sekitar, sehingga yang dilakukan perusahaan mendapat respon yang baik dari masyarakat sekitar.

Kata Kunci: CSR, Nilai perusahaan, TobinsQ, Agrikultur.

ABSTRACT

Until now more and more companies are doing business is also tighter competition that occurs in these companies. To achieve one of its goals the company is required to maximize the value of his company. Corporate Social Responsibility (CSR) is one of the non-financial factors that companies now need to consider in an effort to increase company value. The value of CSR sig is $0.006 < 0.05$ and the value of t arithmetic 2.916 is greater than the value of t table. Then H_0 is rejected and H_a accepted which means that the variable of CSR has an effect on to company value at Agricultural company in BEI period 2013-2016. Corporate Social Responsibility Disclosure of a company can increase the value of the company and companies that do not disclose Corporate Social Responsibility may have low corporate value. Often times what happens inside a company's CSR in accordance with what the community wants, so that the company gets a good response from the surrounding community.

Keywords: CSR, Corporate Value, TobinsQ, Agriculture.

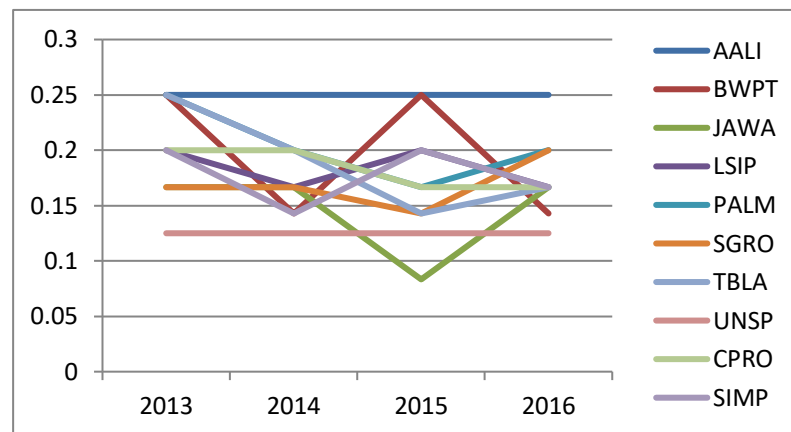
PENDAHULUAN

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan salah satu faktor non keuangan yang sekarang ini perlu dipertimbangkan oleh perusahaan dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan. Melaksanakan CSR secara konsisten dalam

jangka panjang akan meningkatkan legitimasi masyarakat terhadap kehadiran perusahaan. Semakin banyak bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, image perusahaan menjadi meningkat.

Gambar 1

Perkembangan Rata-Rata *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI) pada Perusahaan Agrikultur yang Terdaftar di BEI Periode 2013-2016



Sumber: Bursa Efek Indonesia 2016 (Data diolah kembali)

Dari gambar 1, dapat dilihat bahwa perkembangan *corporate social responsibility disclosure index* (CSRDI) pada tahun 2013 sampai tahun 2016 adalah sebagai berikut: *corporate social responsibility disclosure index* (CSRDI) yang paling kecil terdapat pada perusahaan PT. Bakrie Sumatra Plantations Tbk. pada tahun 2013 tahun 2014 sebesar 0.125 atau 12.5% dan pada tahun 2015 adalah PT. Jaya Agra Wattie Tbk. sebesar 0,083 atau 8,3 %. Sedangkan yang paling besar pada tahun 2013 hingga tahun 2016 ditempati PT. Astra Agro Lestari Tbk. Sebesar 0.250 atau 25 %.

Adanya pengungkapan item CSR dalam laporan keuangan diharapkan akan menjadi nilai plus yang akan menambah kepercayaan para investor, bahwa perusahaan tersebut akan terus berkembang dan berkelanjutan (*sustainable*). Para konsumen akan lebih mengapresiasi perusahaan yang mengungkapkan CSR dibandingkan dengan perusahaan yang tidak mengungkapkan CSR, mereka akan membeli produk yang sebagian laba dari produk tersebut disisihkan untuk kepentingan sosial lingkungan, misalnya untuk beasiswa, pembangunan fasilitas masyarakat, program pelestarian lingkungan, dan lain sebagainya. Hal ini akan berdampak positif terhadap perusahaan, selain membangun

image yang baik di mata para stakeholder karena kepedulian perusahaan terhadap sosial lingkungan, juga akan menarik minat investor untuk berinvestasi.

Selain itu, *corporate social responsibility* merupakan salah satu informasi yang harus tercantum di dalam laporan tahunan perusahaan seperti yang diatur dalam UU RI No. 40 Tahun 2007 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan yang mewajibkan perseroan yang kegiatan usahanya di bidang dan/ atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dengan adanya dasar hukum yang kuat sehingga pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan yang semula hanya pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*) yang merupakan pengungkapan yang tidak diwajibkan peraturan menjadi pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*). CSR menjadi wajib karena perusahaan tidak hanya berorientasi kepada pemilik modal (investor dan kreditur), tetapi juga kewajiban terhadap pihak lain yang berkepentingan, seperti konsumen, karyawan, masyarakat, pemerintah, supplier atau bahkan kompetitor.

Djuitaningsih dan Martatilova (2012) mengemukakan bahwa investor tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan yang banyak mengungkapkan CSR. Pengungkapan tanggung jawab sosial

perusahaan yang tinggi akan berakibat pada meningkatnya nilai perusahaan yang berorientasi pasar karena investor tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan yang tingkat pengungkapan tanggung jawab sosialnya tinggi. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan-perusahaan non bank dan lembaga keuangan di BEI pada tahun 2008-2009.

Apria (2011) dalam Anwar dan Mulyadi (2012:317) mengemukakan bahwa setidaknya terdapat 2 faktor utama yang memperkuat implementasi CSR pada perusahaan. Pertama, komitmen dari CEO yang menganggap CSR sebagai strategi dan komitmen pemimpin perusahaan untuk meningkatkan kemampuan korporasi untuk bersaing. Kedua, ukuran dan usia perusahaan dimana perusahaan dengan ukuran dan pengalaman yang lebih besar akan lebih berkontribusi dibanding perusahaan kecil dan masih baru.

Tujuan utama dari pengelolaan perusahaan yang baik memberikan perlindungan yang memadai dan perlakuan yang adil kepada pemegang saham dan pihak yang berkepentingan lainnya melalui peningkatan nilai pemilik saham secara maksimal, bukanlah sekedar suatu upaya untuk menjaga agar perusahaan bekerja sesuai peraturan dan norma yang berlaku secara *universal*, tetapi terutama bahwa pengelolaan yang baik itu dapat diketahui oleh publik dan para pihak yang berkepentingan, sehingga memperoleh keyakinan bahwa taruhannya di perusahaan publik adalah suatu keputusan yang benar. (Natalylova, 2011)

Demi pemenuhan kepentingan *shareholder* dan *stakeholder* akan informasi dan manfaat sosial, UU No. 40 Tahun 2007 ini mengatur mengenai praktik dan pelaporan *corporate social responsibility*. Pernyataan tersebut tercantum dalam Pasal 66 Ayat (2) Bagian C disebutkan bahwa selain menyampaikan laporan keuangan, perusahaan juga diwajibkan melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

KAJIAN PUSTAKA **Nilai Perusahaan**

Rika dan Islahuddin (2008) dalam Djuitaningsih & Martatilova (2012), mendefinisikan nilai perusahaan sebagai nilai pasar. Alasannya karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran atau keuntungan bagi pemegang saham secara maksimum jika harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi keuntungan pemegang saham sehingga keadaan ini akan diminati oleh investor karena dengan permintaan saham yang meningkat menyebabkan nilai perusahaan juga akan meningkat. Nilai perusahaan dapat dicapai dengan maksimum jika para pemegang saham menyerahkan urusan pengelolaan perusahaan kepada orang-orang yang berkompeten dalam bidangnya, seperti manajer maupun komisaris.

Menurut Prasetyorini (2013), nilai perusahaan tercermin dari harga saham yang stabil, yang dalam jangka panjang mengalami kenaikan, semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli (investor) apabila perusahaan tersebut dijual. Saham dalam menjelaskan nilai perusahaan digunakan perbandingan nilai pasar dan nilai buku perusahaan. Salah satu aspek pengukuran nilai perusahaan menurut Wahyudi dan Pawestri (2006) adalah harga pasar saham perusahaan, karena harga pasar saham perusahaan mencerminkan penilaian investor atas keseluruhan ekuitas yang dimiliki.

Semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham yang juga tinggi. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan dipresentasikan oleh harga pasar dari saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan (*financing*), dan manajemen asset (Susanti, 2010).

Perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan (Rachman dan Maghviroh, 2011). Menurut Porter (2005) dalam Djuitaningsih dan Martailova (2012) perusahaan dapat menggunakan informasi tanggung jawab sosial sebagai keunggulan kompetisi perusahaan. Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik akan direpson positif oleh investor melalui peningkatan harga saham.

Tujuan utama perusahaan adalah untuk mendapatkan laba dalam menjalankan aktivitas bisnisnya, akan tetapi tujuan perusahaan bukan hanya untuk mendapatkan laba saja, meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham merupakan tujuan perusahaan juga.

Secara umum menurut Slamet Sugiri (1998) dalam Pertiwi (2010) mengatakan bahwa banyak metode dan teknik yang telah dikembangkan dalam penilaian perusahaan, diantaranya adalah:

1. Pendekatan laba antara lain metode rasio tingkat laba atau *price earnings ratio*.
2. Pendekatan arus kas antara lain metode diskonto arus kas.
3. Pendekatan dividen antara lain pertumbuhan dividen
4. Pendekatan aktiva antara lain penilaian aktiva
5. Pendekatan harga saham

Nilai perusahaan dapat dilihat melalui nilai pasar atau nilai buku perusahaan dari ekuitasnya. Dalam neraca keuangan, ekuitas menggambarkan total modal perusahaan. Selain itu, nilai pasar bisa menjadi ukuran nilai perusahaan. Penilaian terhadap perusahaan tidak hanya mengacu pada nilai nominal (Pertiwi, 2010).

Penilaian Nilai Perusahaan

1. Berdasarkan Pandangan Manajer Perusahaan

Menurut Prasetyo (2011) penilaian (*valuation*) perusahaan dikenal dengan istilah *corporate valuation* merupakan metode penilaian kondisi perusahaan saat

ini dan estimasi beberapa tahun kedepan. Bagi para manajer perusahaan dapat melakukan valuasi dengan tepat, ada beberapa falsafah dasar yang perlu dipahami:

- a. Keakuratan data keuangan historis.
Keakuratan data dalam laporan keuangan mutlak diperlukan agar nilai yang diperoleh dapat menggambarkan kondisi yang sesungguhnya.
- b. Dimensi nilai waktu dari uang.
Jika valuasi dilakukan untuk beberapa tahun ke depan, maka seorang penilai perlu mempertimbangkan penggunaan konsep nilai waktu dari uang.
- c. Transparansi dan obyektivitas.
Valuasi sangat memerlukan transparansi dan obyektivitas dari penilai. Banyaknya asumsi yang harus dibangun terkadang membuat hasil valuasi kehilangan obyektivitasnya. Tanpa adanya kedua unsure tersebut maka nilai yang dihasilkan tidak akan merepresentasikan kondisi sesungguhnya.
- d. Refleksi hasil kuantitatif.
Pada fase ini tak jarang penilai memiliki refleksi yang berbeda atas hasil perhitungan yang sama, sehingga untuk meminimalisir hal tersebut para penilai perlu memahami seluk beluk setiap rumus yang digunakan.
- e. Dimensi waktu dari hasil valuasi.
Dimensi ini perlu dilakukan perhitungan nilai perusahaan secara periodik, karena nilai perusahaan dapat berubah secara signifikan akibat dinamika faktor-faktor ekonomi yang mempengaruhinya.

Nilai perusahaan yang sesungguhnya dapat memberikan keuntungan sebagai berikut: (1) dapat memperjelas langkah manajemen, (2) manajemen dapat memahami kinerja yang telah dicapai, (3) dapat memperhitungkan potensi di masa yang akan datang, (4) untuk mengukur efektivitas setiap kebijakan manajemen, (5) dapat dijadikan bahan perbandingan dengan tahun sebelumnya, sehingga manajemen dapat memberikan keputusan yang lebih baik bagi perusahaan, (6) dapat dijadikan bahan pertimbangan

untuk keperluan investasi dan pendanaan (Prasetyo, 2011).

Valuasi perusahaan memegang peranan penting dalam berbagai keputusan manajerial, mulai dari keputusan investasi, pendanaan, dividen, hingga stabilitas arus kas. Dengan demikian pemahaman atas model dan prosedur penilaian sangat menentukan keakuratan hasil. Melakukan valuasi perusahaan berarti mengukur tidak hanya kekayaan (asset) tetapi juga keterkaitannya dengan utang dan ekuitas (Prasetyo, 2011).

2. Berdasarkan Pandangan Para Investor

Selain yang telah disebutkan diatas, pengukuran nilai perusahaan juga dapat dihitung berdasarkan rasio Tobin's Q (Martatilo, 2012). Tobin's Q telah dibandingkan dengan *Altman Z-score* sebagai indikator lain yang layak untuk dijadikan sebagai indikator pengukur ekonomi perusahaan (Sudiyanto dan Puspitasari, 2010).

Menurut Sudiyanto dan Puspitasari (2010), *Tobin's Q* adalah gambaran statistik yang berfungsi sebagai proksi dari nilai perusahaan dari perspektif investor. Secara sederhana, *Tobin's Q* adalah pengukur kinerja dengan membandingkan dua penilaian dari asset yang sama. *Tobin's Q* merupakan rasio dari nilai pasar asset perusahaan yang diukur oleh nilai pasar dari jumlah saham yang beredar dan hutang (*enterprise value*) terhadap *replacement cost* dari aktiva perusahaan (Fiakas, 2005 dalam Sudiyanto dan Puspitasari, 2010). Apabila perusahaan memiliki nilai lebih besar dari nilai dasar sebelumnya, maka akan memiliki biaya untuk meningkatkan kembali, dan laba kemungkinan akan didapatkan. Berdasarkan pemikiran Tobin, bahwa insentif untuk membuat modal investasi baru adalah tinggi ketika surat berharga (saham) memberikan keuntungan di masa depan dapat dijual dengan harga yang lebih tinggi dari biaya investasinya (Fiakas, 2005 dalam Sudiyanto dan Puspitasari, 2010).

Tobin's Q digunakan oleh Klapper dan Love (2002) dalam Sudiyanto dan Puspitasari (2010) yang menemukan

adanya hubungan positif antara *corporate governance* dengan kinerja perusahaan. *Tobin's Q* sebagai indikator pengukur nilai perusahaan telah banyak digunakan dalam penelitian keuangan, khususnya penelitian yang mengambil permasalahan nilai perusahaan (Sudiyanto dan Puspitasari, 2010).

Nilai *Tobin's Q* dihasilkan dari penjumlahan nilai pasar saham (*market value of all outstanding stock*) dan nilai pasar hutang (*market value of all debt*) dibandingkan dengan nilai seluruh modal yang ditempatkan dalam aktiva produksi (*replacement value of all production capacity*), maka *Tobin's Q* dapat digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan, yaitu dari sisi potensi nilai pasar suatu perusahaan.

Nilai perusahaan dalam penelitian ini didefinisikan dengan menggunakan teori *Tobin's Q*. *Tobin's Q* adalah gambaran statistik yang berfungsi sebagai proksi dari nilai perusahaan dari perspektif investor.

Berikut ini adalah rumus untuk menghitung nilai *Tobin's Q*:

$$Q = \frac{(EMV + D)}{(EBV + D)}$$

Dimana :

Q : nilai perusahaan

EMV : nilai pasar ekuitas (EMV = closing price x jumlah saham)

D : nilai buku dari total hutang

EBV : nilai buku dari total aktiva

EMV diperoleh dari hasil perkalian harga saham penutupan (*closing price*) akhir tahun dengan jumlah saham yang beredar pada akhir tahun. Interpretasi dari skor *Tobin's Q* adalah sebagai berikut:

Q < 1 Menggambarkan bahwa saham dalam kondisi *undervalued*. Manajemen telah gagal dalam mengelola aktiva perusahaan. Potensi pertumbuhan investasi rendah.

Q = 1 Menggambarkan bahwa saham dalam kondisi *average*. Manajemen *stagnan* dalam mengelola aktiva. Potensi pertumbuhan investasi tidak berkembang.

Q > 1 Menggambarkan bahwa saham dalam kondisi *overvalued*. Manajemen berhasil dalam mengelola aktiva perusahaan. Potensi pertumbuhan investasi tinggi.

Berdasarkan penjelasan dalam interpretasi yang telah dipaparkan sebelumnya, maka investor yang akan mengejar *capital gain* dapat mengambil keputusan untuk membeli, menahan atau menjual saham miliknya (Purwantini, 2011).

Corporate Social Responsibility

Sampai saat ini belum ada kesamaan pandang mengenai konsep dan penerapan *corporate social responsibility*, meskipun kalangan dunia usaha menyadari bahwa *corporate social responsibility* ini amat penting bagi keberlanjutan usaha suatu perusahaan. Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* dalam Rika dan Ishlahuddin (2008), *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan. Hal tersebut dilakukan melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan.

Penjelasan pasal 15 huruf b UU Penanaman Modal menyebutkan bahwa yang dimaksud dengan “tanggung jawab sosial perusahaan adalah tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanaman modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat” (UU, 15). Pada intinya, dimaksudkan sebagai upaya perusahaan untuk meningkatkan kepedulian terhadap masalah sosial dan lingkungan dalam kegiatan usaha dan juga pada cara perusahaan berinteraksi dengan *stakeholder* yang dilakukan secara sukarela. Selain itu, tanggungjawab sosial

perusahaan diartikan pula sebagai komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan dan masyarakat setempat dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan.

Jika ditarik pada berbagai pengertian di atas maka *corporate social responsibility* merupakan komitmen perusahaan terhadap kepentingan pada *stakeholders* dalam arti luas dari sekedar kepentingan perusahaan belaka. Dengan kata lain, meskipun secara moral adalah baik bahwa perusahaan maupun penanam modal mengejar keuntungan, bukan berarti perusahaan ataupun penanam modal dibenarkan mencapai keuntungan dengan mengorbankan kepentingan-kepentingan pihak lain yang terkait.

Kondisi Indonesia masih menghendaki adanya *corporate social responsibility* sebagai suatu kewajiban hukum. Kesadaran akan adanya *corporate social responsibility* masih rendah, kondisinya yang terjadi adalah belum adanya kesadaran moral yang cukup dan bahkan seringkali terjadi suatu yang diatur saja masih ditabrak, apalagi kalau tidak diatur. Karena ketaatan orang terhadap hukum masih sangat rendah. *Corporate social responsibility* lahir dari desakan masyarakat atas perilaku perusahaan yang mengabaikan tanggung jawab sosial, seperti: perusakan lingkungan, eksploitasi sumber daya alam, pajak, dan menindas buruh. Lalu, kebanyakan perusahaan juga cenderung membuat jarak dengan masyarakat sekitar.

Indikator yang digunakan dalam *checklist* mengacu pada indikator GRI (*Global Reporting Initiatives*) yang berfokus pada beberapa komponen pengungkapan, yaitu *economic, environment, labour practices, human rights, society, dan product responsibility* sebagai dasar *sustainability reporting* yang diukur dengan menggunakan variabel dummy yaitu : Score 0 : Jika perusahaan tidak mengungkapkan item pada daftar pertanyaan. Score 1 : Jika perusahaan

mengungkapkan item pada daftar pertanyaan.

Pengukuran kemudian dilakukan berdasarkan indeks pengungkapan masing-masing perusahaan yang dihitung melalui jumlah item yang sesungguhnya diungkapkan perusahaan dengan jumlah semua item yang mungkin diungkapkan (Bambang Suropto, 1999), yang dinotasikan dalam rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

CSD = indeks pengungkapan perusahaan
n = jumlah item pengungkapan yang dipenuhi
k = jumlah semua item yang mungkin dipenuhi.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam Laporan Tahunan

Menurut Natalylova (2011) bahwa pengungkapan ada yang bersifat wajib (*mandatory*), yaitu pengungkapan informasi wajib dilakukan oleh perusahaan yang didasarkan pada peraturan atau standar tertentu, dan ada yang bersifat sukarela (*voluntary*) yang merupakan pengungkapan informasi melebihi persyaratan minimum dari peraturan yang berlaku.

Setiap pelaku ekonomi selain berusaha untuk kepentingan pemegang saham dan mengkonsetrasikan diri pada pencapaian laba juga mempunyai tanggung jawab sosial, dan hal itu perlu diungkapkan dalam laporan tahunan, sebagaimana dinyatakan oleh Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) (IAI,01) paragraf kedua belas:

Entitas dapat pula menyajikan, terpisah dari laporan keuangan, laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap karyawan sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting. Laporan tambahan tersebut di luar ruang lingkup Standar Akuntansi Keuangan.

Triple Bottom Line

Menurut Rosyidawati (2010), bahwa akhir-akhir ini terdapat kecenderungan (*trend*) meningkatnya tuntutan publik atas transparansi dan akuntabilitas perusahaan sebagai wujud implementasi *good corporate governance* (GCG). Salah satu implementasi *good corporate governance* di perusahaan adalah penerapan *corporate social responsibility* (CSR). Dalam era globalisasi kesadaran akan penerapan *corporate social responsibility* menjadi penting seiring dengan semakin maraknya kepedulian masyarakat terhadap produk (barang) yang ramah lingkungan.

Berkenaan dengan hal tersebut, muncul *triple bottom line model*, yang terdiri dari *profit, people & planet* (3 P). Laporan suatu perusahaan yang menggunakan model *triple bottom line*, selain melaporkan aspek keuangan juga melaporkan aspek kepedulian sosial dan upaya pelestarian lingkungan hidup.

Konsep *Triple Bottom Line* (TBL) sebagai suatu ukuran kinerja perusahaan yang berkelanjutan, yang mencakup dimensi keuangan, sosial, dan lingkungan. Secara khusus, penelitian ini akan melakukan beberapa hal berikut:

1. Mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi praktek-praktek pelaporan *corporate social responsibility*,
2. Menginvestigasi motif-motif perusahaan melakukan pelaporan *corporate social responsibility*,
3. Dan memahami faktor-faktor eksternal yang menghambat pelaporan *corporate social responsibility*.

Hasil penelitian ini bisa meningkatkan kesadaran para pimpinan perusahaan terhadap pentingnya keseimbangan antara *good corporate governance*, sosial dan lingkungan. Temuan penelitian ini adalah bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* adalah *creditor power* dan *environmentally concern*. Motif-motif pelaporan *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan yang diteliti adalah:

- (1) *Public image*,
- (2) Kebijakan pemerintah/undang-undang,
- (3) Arahan dari perusahaan holding, dan
- (4) *Corporate philosophy* (sesuai dengan visi dan misi perusahaan).

Faktor yang menjadi penghambat di dalam pelaporan *corporate social responsibility* bisa dikelompokkan kedalam dua yaitu internal dan eksternal. Faktor internal bermuara pada kurangnya pemahaman manajemen terhadap pengertian *corporate social responsibility*, konsep *stakeholder*, dan pelaporan *corporate social responsibility*. Faktor eksternal berasal dari belum adanya dukungan regulator dan profesi akuntansi tentang penyajian pelaporan *non financial*.

Sebenarnya, pendekatan *Triple Bottom Line* ini telah banyak digunakan sejak awal tahun 2007 seiring perkembangan pendekatan akuntansi biaya penuh (*full cost accounting*) yang banyak digunakan oleh perusahaan sektor publik. Pada perusahaan sektor swasta, penerapan tanggung jawab sosial (*corporate social responsibility/CSR*) pun merupakan salah satu bentuk implementasi *Triple Bottom Line*.

Konsep *Triple Bottom Line* mengimplikasikan bahwa perusahaan harus lebih mengutamakan kepentingan *stakeholder* (semua pihak yang terlibat dan terkena dampak dari kegiatan yang dilakukan perusahaan) dari pada kepentingan *shareholder* (pemegang saham).

People menekankan pentingnya praktik bisnis suatu perusahaan yang mendukung kepentingan tenaga kerja. Lebih spesifik konsep ini melindungi kepentingan tenaga kerja dengan menentang adanya eksplorasi yang mempekerjakan anak di bawah umur, pembayaran upah yang wajar, lingkungan kerja yang aman dan jam kerja yang dapat ditoleransi. Bukan hanya itu, konsep ini juga meminta perusahaan memperhatikan kesehatan dan pendidikan bagi tenaga kerja.

Planet berarti mengelola dengan baik penggunaan energi terutama atas sumber daya alam yang tidak dapat diperbarui.

Mengurangi hasil limbah produksi dan mengolah kembali menjadi limbah yang aman bagi lingkungan, mengurangi emisi CO² ataupun pemakaian energi, merupakan praktik yang banyak dilakukan oleh perusahaan yang telah menerapkan konsep ini.

Profit di sini lebih dari sekadar keuntungan. *Profit* di sini berarti menciptakan *fair trade* (*Fair Trade* atau perdagangan yang adil adalah sebuah alternatif dalam bisnis yang antara lain bertujuan untuk melindungi dan meningkatkan kesejahteraan produsen dengan cara membangun komunitas). Membangun model kemitraan dalam perdagangan melalui prinsip-prinsip dialog, transparansi, penghargaan, kemitraan dalam jangka panjang, adanya kesetaraan gender, kondisi kerja yang layak, upah produksi yang layak, proses produksi yang ramah lingkungan, melindungi anak-anak dari eksploitasi dalam proses produksi, tidak ada pembedaan dalam suku, agama, ras, dan *ethical trade* (*ethical trade* yaitu citra positif yang melekat pada suatu merk dan nama perusahaan yang berpengaruh pada loyalitas pelanggan pada produk tersebut). Itulah sebabnya saat ini citra sebuah produk mempengaruhi keputusan pembeli. Citra positif tidak hanya pada kualitas produk namun juga citra terhadap bagaimana perusahaan memperlakukan pekerjanya, maka dikenal perdagangan beretika dalam berbisnis.

HIPOTESIS PENELITIAN

Nilai perusahaan dapat dilihat dari tanggung jawab sosial perusahaan atau biasa disebut *Corporate Social Responsibility* (CSR). *Corporate Social Responsibility* adalah suatu tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan (sesuai kemampuan perusahaan tersebut) sebagai bentuk tanggung jawab mereka terhadap sosial/lingkungan sekitar dimana perusahaan terhadap lingkungannya, *image* perusahaan menjadi meningkat. Investor lebih berminat pada perusahaan yang memiliki citra baik di masyarakat karena

semakin baiknya citra perusahaan, loyalitas konsumen semakin tinggi sehingga dalam waktu lama penjualan perusahaan akan membaik dan profitabilitas perusahaan juga meningkat. Jika perusahaan berjalan lancar, maka nilai saham perusahaan akan meningkat (Retno, 2012).

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham (Sujoko dan Soebiantoro, 2007). Menurut Weston dan Brigham (1994), harga saham didefinisikan sebagai: *"The price at which stock sells in the market."* Sedangkan, harga pasar saham adalah nilai pasar sekuritas yang dapat diperoleh investor apabila investor menjual atau membeli saham, yang ditentukan berdasarkan harga penutupan atau closing price di bursa pada hari yang bersangkutan. Jadi, harga penutupan atau *closing price* merupakan harga saham terakhir kali pada saat berpindah tangan di akhir perdagangan. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa depan. Selain itu nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi kemakmuran pemegang saham (Vincentius dan Randy, 2013:4).

Purwanto dan Sulistyastuti (2007:137), hipotesis adalah pernyataan atau dugaan yang bersifat sementara terhadap suatu masalah penelitian yang kebenarannya masih lemah (belum tentu kebenarannya) sehingga harus diuji secara empiris. Sugiyono (2009: 96), hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori. Hipotesis dirumuskan atas dasar kerangka pikir yang merupakan jawaban

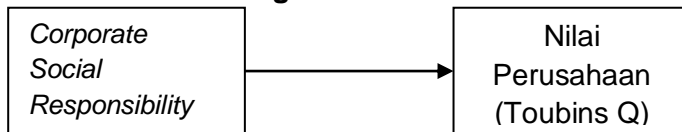
sementara atas masalah yang dirumuskan. Supranto (2012 : 49), hipotesis ialah suatu proporsi, kondisi atau prinsip yang untuk sementara waktu dianggap benar dan barangkali tanpa keyakinan, agar bisa aditarik suatu konsekuensi yang logis dan dengan cara ini kemudian diadakan pengujian (testing) tentang kebenarannya dengan mempergunakan data empiris hasil penelitian.

Menurut semua penjelasan diatas, hipotesis adalah dugaan/ pernyataan sementara yang diungkapkan secara deklaratif/ yang menjadi jawaban dari sebuah permasalahan. Pernyataan tersebut diformulasikan dalam bentuk variabel agar bisa di uji secara empiris. *Corporate Social Responsibility* akan turut menginteraksi antara hubungan *Good Corporate Governance* dengan Nilai Perusahaan Perusahaan. Desakan lingkungan perusahaan menuntut perusahaan agar menerapkan strategi untuk memaksimalkan kinerja perusahaan. Strategi perusahaan seperti CSR dapat dilakukan untuk memberikan *image* perusahaan yang baik kepada pihak eksternal. Perusahaan tidak hanya memandang laba sebagai satu-satunya tujuan dari perusahaan tetapi ada tujuan yang lainnya yaitu kepedulian perusahaan terhadap lingkungan, karena perusahaan mempunyai tanggung jawab yang lebih luas dibanding hanya mencari laba untuk pemegang saham.

Disamping nilai perusahaan yang akan dilihat investor sebelum memutuskan untuk berinvestasi dalam suatu perusahaan, adanya pengungkapan item CSR dalam laporan keuangan diharapkan akan menjadi nilai plus yang akan menambah kepercayaan para investor, bahwa perusahaan tersebut akan terus berkembang dan berkelanjutan (*sustainable*). Para konsumen akan lebih mengapresiasi perusahaan yang mengungkapkan CSR dibandingkan dengan perusahaan yang tidak mengungkapkan CSR, mereka akan membeli produk yang sebagian laba dari produk tersebut disisihkan untuk kepentingan sosial

lingkungan, misalnya untuk beasiswa, pembangunan fasilitas masyarakat, program pelestarian lingkungan, dan lain sebagainya. Hal ini akan berdampak positif terhadap perusahaan, selain membangun *image* yang baik di mata para stakeholder karena kepedulian perusahaan terhadap sosial lingkungan, juga akan menaikkan laba perusahaan melalui peningkatan penjualan.

Gambar 1
Kerangka Pemikiran



Sumber : Penulis

H1 :CSR (*Corporate Social Responsibility*) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (*Toubins Q*) pada Industri *Agrikultur* (Pertanian) yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode 2013-2016.

METODE PENELITIAN

Metode pengambilan sampel yang diambil dari populasi perusahaan agrikultur menggunakan *purposive sampling*. Metode ini merupakan pengambilan sampel dengan menggunakan kriteria- kriteria tertentu. Adapun kriteria- kriteria penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan agrikultur di Indonesia yang telah go public dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
2. Perusahaan –perusahaan yang termasuk kategori perusahaan agrikultur periode 2013-2016.
3. Perusahaan yang mempublikasikan laporan keuangan secara lengkap dan telah menerbitkan saham minimal periode 2013-2016.
4. Perusahaan yang diteliti memiliki kelengkapan data lainnya yang diperlukan penulis.
5. Perusahaan yang telah diaudit oleh auditor independen.

Tabel 1
Definisi Operasional Variabel

Uraian Variabel	Instrumen variabel yg digunakan	Pengertian atas Instrumen yang digunakan
Corporate Social Responsibility (X)	$CSD = \frac{n}{k}$	Komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan
Nilai Perusahaan (Y)	<i>Tobin's Q</i> $Q = \frac{(EMV + D)}{(EBV + D)}$	<i>Tobin's Q</i> digunakan oleh Klapper dan Love (2002) dalam Sudiyatmo dan Puspitasari (2010) yang menemukan adanya hubungan positif antara <i>corporate governance</i> dengan kinerja perusahaan. <i>Tobin's Q</i> sebagai indikator pengukur nilai perusahaan telah banyak digunakan dalam penelitian keuangan, khususnya penelitian yang mengambil permasalahan nilai perusahaan (Sudiyatno dan Puspitasari, 2010).

Sumber : data diolah

HASIL DAN PEMBAHASAN

CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan. Hal tersebut dilakukan melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk

meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan. (Isslahuddin, 2008). Hasil analisis deskriptif berkaitan dengan *Corporate Social Responsibility* disajikan dalam tabel 2 sebagai berikut :

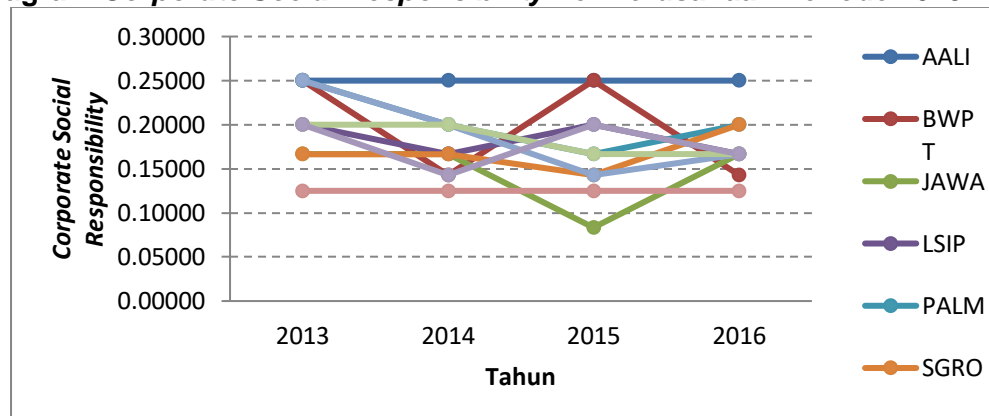
Tabel 2
Corporate Social Responsibility Per Perusahaan Periode 2013-2016

Perusahaan	Tahun			
	2013	2014	2015	2016
AALI	0,25000	0,25000	0,25000	0,25000
BWPT	0,25000	0,14286	0,25000	0,14286
JAWA	0,16667	0,16667	0,08333	0,16667
LSIP	0,20000	0,16667	0,20000	0,16667
PALM	0,25000	0,20000	0,16667	0,20000
SGRO	0,16667	0,16667	0,14286	0,20000
TBLA	0,25000	0,20000	0,14286	0,16667
UNSP	0,12500	0,12500	0,12500	0,12500
CPRO	0,20000	0,20000	0,16667	0,16667
SIMP	0,20000	0,14286	0,20000	0,16667
Rata-rata	0,20583	0,17607	0,17274	0,17512

Sumber : Data diolah

Berdasarkan tabel 2 di atas dapat diketahui bahwa rata-rata nilai *Corporate Social Responsibility* pada periode tahun 2013 sampai dengan 2016 mengalami penurunan. Untuk mengetahui gambaran *Corporate Social Responsibility* pada setiap perusahaan maka akan disajikan secara visual dalam gambar 2 sebagai berikut:

Gambar 2
Diagram Corporate Social Responsibility Per Perusahaan Periode 2013-2016



Sumber : Data diolah

Berdasarkan gambar 2, dapat diketahui bahwa pada tahun 2013 nilai *Corporate Social Responsibility* terbesar dimiliki oleh perusahaan AALI, BWPT, dan TBLA, pada tahun 2014 nilai terbesar hanya dimiliki oleh perusahaan AALI, dan pada tahun 2015 dan 2016 nilai terbesar dimiliki oleh perusahaan AALI dan BWPT, sedangkan perusahaan yang memiliki nilai *Corporate Social Responsibility* terendah pada tahun 2013 dan 2014 oleh perusahaan UNSP dan pada tahun 2015 oleh perusahaan JAWA. Serta pada tahun 2016 CRS terendah oleh perusahaan UNSP.

1. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan didefinisikan menggunakan *Tobin's Q*. *Tobin's Q* adalah gambaran statistik yang berfungsi sebagai proksi dari nilai perusahaan dari perspektif investor. (Purwantini, 2011). Hasil analisis deskriptif berkaitan dengan *Corporate Social Responsibility* disajikan dalam tabel 5.2 sebagai berikut :

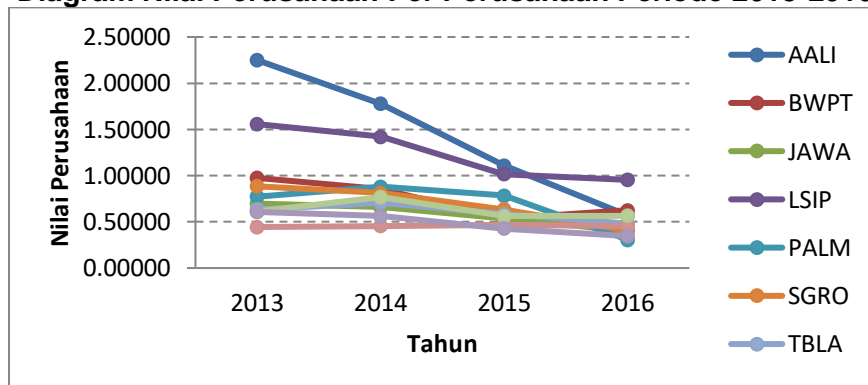
Tabel 3
Nilai Perusahaan Per Perusahaan Periode 2013-2016

Perusahaan	Tahun			
	2013	2014	2015	2016
AALI	2,24948	1,77650	1,11005	0,57045
BWPT	0,97516	0,85396	0,53572	0,62358
JAWA	0,69714	0,65990	0,53405	0,40050
LSIP	1,55752	1,42129	1,01596	0,95381
PALM	0,77366	0,88085	0,78316	0,30724
SGRO	0,88420	0,81079	0,63467	0,40507
TBLA	0,63398	0,70497	0,58192	0,48105
UNSP	0,44392	0,45473	0,46746	0,45457
CPRO	0,61246	0,76766	0,56376	0,56706
SIMP	0,60701	0,56079	0,42711	0,34577
Rata-rata	0,94345	0,88914	0,66539	0,51091

Sumber : Data diolah

Berdasarkan tabel 3 di atas dapat diketahui bahwa rata-rata nilai perusahaan pada periode tahun 2013 sampai dengan 2016 mengalami penurunan. Untuk mengetahui gambaran nilai perusahaan pada setiap perusahaan maka akan disajikan secara visual dalam gambar 5.2 sebagai berikut:

Gambar 3
Diagram Nilai Perusahaan Per Perusahaan Periode 2013-2016



Sumber: Data diolah

Berdasarkan gambar 3, dapat diketahui bahwa pada tahun 2013 sampai 2016 nilai perusahaan terbesar didominasi oleh perusahaan AALI dan LSIP, sedangkan perusahaan yang memiliki nilai perusahaan terendah pada tahun 2013 dan 2014 oleh perusahaan UNSP, pada tahun 2015 oleh perusahaan SIMP dan pada tahun 2016 oleh perusahaan PALM.

Hasil analisis data penelitian

Regresi Linear

Regresi merupakan hubungan antara variabel Y dan variabel X. setiap perubahan variabel X akan diimbangi dengan perubahan variabel. Berikut adalah hasil perhitungan analisis regresi antara CSR terhadap nilai perusahaan.

Tabel 4
Regresi Linear
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,034	,253		,134	,894
	CSR_X	3,937	1,350	,428	2,916	,006

a. Dependent Variable: NILAI_PERUSAHAAN_Y

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel diatas, maka diperoleh model regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,034 + 3,937X$$

Dimana : Y = Nilai Perusahaan (Tobins Q)

X = CSR

Artinya ketika CSR bernilai 0 maka return saham akan bernilai 0,034. Dan ketika return saham naik 1 % maka income smoothing akan naik sebesar 0,34%.

Nilai Sig = 0,006 > 0,050 (H01 ditolak dan Ha1 diterima)

Artinya CSR berpengaruh secara signifikan terhadap Nilai perusahaan.

Pengujian Hipotesis Uji t (Parsial)

Uji hipotesis parsial dilakukan dengan uji statistik t yang bertujuan untuk mengetahui apakah variabel CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan secara parsial atau individu. Pengujian regresi digunakan pengujian dua arah (*two tailed test*) dengan menggunakan $\alpha = 5\%$ yang berarti bahwa tingkat keyakinan adalah sebesar 95%. Hasil perhitungan uji dapat dilihat pada tabel 4.

Berdasarkan tabel 4 maka dapat dilihat nilai sig sebesar 0,006 < 0,05 dan nilai t hitung 2,916 lebih besar dari nilai t tabel. Maka Ho ditolak dan Ha diterima yang berarti bahwa variabel CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Agrikultur di BEI periode 2013-2016.

Implementasi Manajerial

Pengaruh CSR terhadap TOBINSQ

Variabel Corporate Social Responsibility dari hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa Corporate Social Responsibility berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal itu terlihat dari nilai t_{hitung} variabel Corporate Sosial Responsibility sebesar 2,916 lebih besar dari t_{tabel} (2,037) maka H_0 ditolak, artinya CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (TOBINSQ). Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebuah perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaannya dan perusahaan yang tidak mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* bisa saja memiliki nilai perusahaan yang rendah. Sering kali terjadi apa yang dijalankan didalam CSR sebuah

perusahaan sesuai dengan apa yang diinginkan masyarakat sekitar, sehingga yang dilakukan perusahaan mendapat respon yang baik dari masyarakat sekitar.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis. Dapat disimpulkan bahwa:

1. Nilai sig CSR sebesar $0,006 < 0,05$ dan nilai t hitung 2,916 lebih besar dari nilai t tabel. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa variabel CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Agrikultur di BEI periode 2013-2016.
2. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebuah perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaannya dan perusahaan yang tidak mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* bisa saja memiliki nilai perusahaan yang rendah. Sering kali terjadi apa yang dijalankan didalam CSR sebuah perusahaan sesuai dengan apa yang diinginkan masyarakat sekitar, sehingga yang dilakukan perusahaan mendapat respon yang baik dari masyarakat sekitar.

DAFTAR PUSTAKA

Anwar dan Mulyadi (2012:317). *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan dan Harga Saham*. Hal 1-8

Djuitaningsih, Tita dan Dwi Sonya Martatilova. 2012. *Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure, Kepemilikan Manajemen dan Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan*. Seminar Nasional Akuntansi dan Bisnis Universitas Widyatama. Bandung

Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate*. Semarang: Universitas Dipeonegoro

_____. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate*. Semarang: Universitas Dipeonegoro

Gujarati, Tatang. 2012. *Manajemen Investasi : Konsep, Teori dan Aplikasi Edisi 1*. Jakarta : Mitra Wacana Media

Isslahuddin. 2008. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta : Salemba Empat

Martatilova. 2012. *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta : Ekonosia

Natalylova, Kartika. 2011. *Pengaruh Corporate Governance Terhadap corporate social responsibility dan kinerja perusahaan yang mendapatkan indonesia sustainability reporting awards*. Diakses pada 2015Pertawi (2010)

Prasetyo. Aries Heru. 2011. *Valuasi Perusahaan*. PPM : Jakarta

Prasetyorini, Bhakti Fitri. 2013. *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price Earning Ratio dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan*. Jurnal Ilmu Manajemen 183-196. Ejournal unesa.ac.id

Priyatno. 2012. *Analisis Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan*. Skripsi Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang.

Purwantini. 2011. *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), Kepemilikan Manajerial, Intitusional terhadap Nilai Perusahaan*. UPH Festival

Purwanto, Erwan dan Dyah Ratih Sulistyastuti. 2007. *Pengaruh CSR dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Survei Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta Periode 2003-2007)*. Tesis. Fakultas Ekonomi Universitas Mataram

Rachman A.A dan Maghviroh, Rovita El. 2011. *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), Kepemilikan Manajerial, Intitusional terhadap Nilai Perusahaan*. UPH Festival

Rachmawati, A. 2007. *Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Keputusan Keuangan dan Nilai Perusahaan*.

- Simposium Nasional Akuntansi XI, Pontianak.
- Retno, Reny Dyah M. dan Denies Priantinah. 2012. *Pengaruh Good Corporate Governance dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI Periode 2007-2010)*. Jurnal Nominal, Vol. 1, No. 1: 84-103.
- Riduwan & Sunarto. 2012. *Pengantar Statistika Edisi Kelima*. Bandung: Alfabeta.
- Rika Nurlela dan Islahuddin. 2008. *Menguji Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Persentase Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel Moderating*. Tidak dipublikasi
- Rosyidawati, Soffi. 2008. *Pengaruh Good Corporate Governannce Terhadap Pelaporan Corporate Social responsibility pada perusahaan telekomunikasi di indonesia*. Tidak dipublikasikan.
- Rustiarini, Ni Wayan. 2010. *Pengaruh Corporate Governance pada Hubungan Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan*. Diakses pada 2015
- Siallagan, Hamonangan dan Mas. Ud. Machfoedz. 2006. *Mekanisme Corporate Governance, Kualitas Laba dan Nilai Perusahaan*. Artikel Simposium Nasional Akuntansi (SNA) IX, Padang
- Sudiyanto, Bambang dan Elen Puspitasari. 2010. *Tobin's Q dan Altman Z-score sebagai Indikator Pengukur Kinerja Perusahaan*. Kajian Akuntansi, Februari 2010, Hal 9-12, Vol.2. No. 1 ISSN : 1979-4886
- Sujoko & Soebiantoro, Ugy. 2007. *Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham, Leverage, Faktor Intern dan Ekstern Terhadap Nilai Perusahaan*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Vol. 9. Hal. 41-48.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : CV Alfabeta
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : CV Alfabeta
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : CV Alfabeta
- Sukardi, David dan Kurniawan Indonajaya. 2010. *Manajemen Investasi Pendekatan Teknikal dan Fundamental untuk Analisis Saham (Edisi 1)*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Supranto. 2012. *Metode Riset Aplikasinya dalam Pemasaran*. Jakarta : PT Rineka Cipta
- Susanti, Rika. 2010. *Analisis Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan*. Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro, Semarang. Skripsi : Tidak Dipublikasikan
- Sutrisno. 2012. *Manajemen Keuangan Teori Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta : Ekonisia
- Wahyudi, U., dan P. Pawestri. 2006. *Implikasi Struktur Kepemilikan terhadap Nilai Perusahaan : dengan Keputusan Keuangan Sebagai Variabel Intervening*. Simposium Nasional Akuntansi 9 Padang. K-AKPM.
- Weston, J.F & Brigham, E.F. 1994. *Manajemen Keuangan*. Jakarta: Erlangga.

Peraturan-Peraturan

- PSAK No. 1 per 1 Juli 2009. Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) (IAI,01) paragraf keduabelas
- Sumber : www.idx.co.id

**PENGARUH PENERAPAN E-SPT DAN PENGETAHUAN PERPAJAKAN
TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK**

Oleh:

Taufik Hidayat¹⁾, Putri Esa Afiyanti²⁾
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Bangsa

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Penerapan e-SPT terhadap Kepatuhan Wajib Pajak, Pengaruh Pengetahuan Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Populasi penelitian ini adalah WPOP yang merupakan karyawan yang terdaftar di KPP Pratama Cikarang Selatan tahun 2018. Teknik sampel yang digunakan adalah *convenience sampling* dengan jumlah sampel 102 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Data yang terkumpul dianalisa dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji analisis deskriptif, uji asumsi klasik dan uji regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh Penerapan e-SPT terhadap kepatuhan wajib pajak, ada pengaruh Pengetahuan Perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak, dan ada pengaruh Penerapan e-SPT, Pengetahuan Perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Kata Kunci : Penerapan e-SPT, Pengetahuan Perpajakan, Kepatuhan Wajib Pajak

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of e-SPT implementation on taxpayer compliance, the influence of taxation knowledge on taxpayer compliance. The population of this study is WPOP which is an employee registered at KPP Pratama Cikarang Selatan in 2018. The sampling technique used is convenience sampling with a total sample of 102 respondents. Data collection techniques using questionnaires. The collected data were analyzed using validity test, reliability test, descriptive analysis test, classical assumption test and multiple linear regression test. The results of this study indicate that there is an effect of the application of e-SPT on taxpayer compliance, there is the influence of taxation knowledge on taxpayer compliance, and there is the influence of e-SPT implementation, taxation knowledge of taxpayer compliance.

Keywords: Implementation of e-SPT, Taxation Knowledge, Taxpayer Compliance

PENDAHULUAN

Kewajiban membayar pajak tidak ditujukan kepada seluruh masyarakat, tetapi hanya ditujukan kepada masyarakat tertentu yang memenuhi syarat subjektif maupun objektif dalam peraturan perpajakan yang disebut wajib pajak. Sesuai dengan salah satu fungsi pajak yaitu *budgetair*. Pajak sebagai sumber dana pemerintah untuk membiayai pengeluaran-pengeluarannya (Mardiasmo, 2009)

Wajib pajak dikatakan patuh apabila memenuhi semua kewajiban perpajakannya. Kepatuhan perpajakan merupakan tindakan wajib pajak dalam pemenuhan kewajiban perpajakannya

sesuai dengan ketentuan perundang-undangan dan peraturan pelaksanaan perpajakan yang berlaku dalam suatu Negara. Kepatuhan perpajakan dapat diidentifikasi melalui kepatuhan wajib pajak dalam mendaftarkan diri, kepatuhan untuk menyetorkan kembali SPT, kepatuhan dalam menghitung, memperhitungkan, dan membayar pajak terutang, kepatuhan dalam pelaporan dan pembayaran tunggakan.

Pengetahuan perpajakan yang dimiliki oleh wajib pajak dapat dinilai menjadi faktor dalam meningkatkan kepatuhan perpajakannya oleh wajib pajak, karena semakin tinggi pengetahuan yang dimiliki oleh wajib pajak dinilai dapat

mempengaruhi peningkatan kepatuhan wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya (Gustiyani, 2014).

Kesadaran wajib pajak atas fungsi perpajakan sebagai pembiayaan Negara sangat diperlukan untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak (Nugroho, 2006 dalam Muliari dan Setiawan, 2009). Jika wajib pajak sadar dengan membayar pajak akan menjadi salah satu sumber pendapatan yang digunakan untuk pembangunan Negara. Apabila tingkat kesadaran wajib pajak meningkat, maka akan memberikan pengaruh dorongan kepada wajib pajak untuk patuh dalam membayar pajak (Utami, dkk 2011).

Penelitian yang dilakukan oleh Utami, dkk (2011). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan dan pemahaman tentang peraturan pajak berpengaruh terhadap tingkat kepatuhan. Apabila masyarakat mengetahui dan memahami peraturan pajak, maka masyarakatpun akan mematuhi aturan perpajakan. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa semakin wajib pajak memahami akan peraturan perpajakan, hal tersebut akan mempengaruhi wajib pajak untuk patuh membayar pajak.

Modernisasi administrasi perpajakan dilakukan oleh DJP sebagai bentuk peningkatan kualitas pelayanan perpajakan terhadap wajib pajak salah satunya dikembangkannya pelaporan tentang dengan menggunakan elektronik SPT (e-SPT). Adapun tujuan modernisasi adalah (1) tercapainya tingkat kepatuhan (*tax compliance*) yang tinggi. (2) tercapainya tingkat kepercayaan terhadap administrasi perpajakan yang tinggi dan (3) tercapainya tingkat produktivitas pegawai pajak yang tinggi sehingga diharapkan penerimaan pajak meningkat (Pandiangan, 2008).

Menyikapi perkembangan zaman DJP mengeluarkan keputusan Direktorat Jendral Pajak Nomor KEP-88/PJ.2004 tanggal 14 Mei 2004 (BN No. 7069 hal 4B) tentang Penyampaian Surat Pemberitahuan secara Elektronik (e-SPT). Penyampaian SPT secara elektronik ini merupakan upaya dari Direktorat Jendral Pajak (DJP) untuk

memberikan kemudahan pelayanan bagi wajib pajak dalam melaporkan jumlah pajak yang harus dibayarkan. Wajib pajak tidak perlu datang secara langsung ke Kantor Pelayanan Pajak (KPP) untuk memenuhi kewajiban perpajakannya dalam hal perhitungan jumlah pajak terutang. Sedangkan bagi aparat pajak, teknologi e-SPT ini mampu memudahkan mereka dalam pengelolaan database karena penyimpanan dokumen-dokumen wajib pajak telah dilakukan dalam bentuk digital.

Proses untuk melakukan efisiensi kewajiban pajak melalui sistem e-SPT ini tidak semudah yang dibayangkan. Misalnya ada kesulitan yang dialami wajib pajak untuk memasukan data dokumen perpajakannya karena belum memahami sepenuhnya mengenai mekanisme penyampaian dan pengoperasian SPT pajak secara elektronik tersebut. Kesadaran dan kepatuhan subjek pajak sangat diperlukan, dalam mendukung pelaksanaan penerapan e-SPT guna melunasi utang pajaknya dengan baik dan benar.

Direktorat Jendral Pajak menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat rasio penyampaian Surat Pemberitahuan (SPT) tahunan menunjukkan semakin meningkatnya tingkat kepatuhan wajib pajak. Pemerintah berharap teknologi ini mampu meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam pelaksanaan kewajiban perpajakannya. Banyaknya jumlah wajib pajak yang terlambat dan tidak menyampaikan SPT sangat mengkhawatirkan karena dengan tidak menyampaikan SPT menandakan bahwa wajib pajak tersebut tidak memenuhi kewajibannya untuk menghitung dan membayar pajak terutangnya.

KAJIAN PUSTAKA

Definisi Pajak

Penerimaan pajak merupakan gambaran partisipasi masyarakat dalam pembiayaan penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan Negara. Pajak adalah iuran yang dibayarkan oleh rakyat kepada kas Negara berdasarkan

Undang-Undang, sehingga bersifat memaksa dengan tidak mendapat balas jasa secara langsung.

Menurut Prof. Dr. Rochmat Soemitro, SH dalam bukunya (Mardiasmo, 2011) bahwa, pajak adalah iuran rakyat kepada kas Negara berdasarkan Undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa timbal (kontra Prestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum.

Menurut P. J. A. Andriani dalam bukunya (Waluyo, 2009) Pajak adalah iuran masyarakat kepada Negara (yang dipaksakan) yang terutang oleh yang wajib membayarnya menurut peraturan-peraturan umum (undang-undang) dengan tidak mendapat prestasi kembali yang langsung dapat ditunjuk dan yang gunanya adalah untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran umum yang berhubungan dengan tugas negara untuk menyelenggarakan pemerintahan.

Fungsi pajak

Pajak memiliki beberapa fungsi dalam kehidupan negara dan masyarakat (Resmi, 2013) yaitu :

- a) Fungsi *Budgetair*. Pajak mempunyai fungsi *budgetair*, artinya pajak merupakan salah satu sumber penerimaan pemerintah untuk membiayai pengeluaran baik rutin maupun pembangunan.
- b) Fungsi *Regulerend*. Pajak mempunyai fungsi pengatur, artinya pajak sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijakan pemerintah dalam bidang sosial dan ekonomi. Serta mencapai tujuan-tujuan tertentu diluar bidang keuangan.

Sistem Pemungutan Pajak

Sistem pemungutan pajak dapat dibagi menjadi tiga sistem (Mardiasmo, 2011) yaitu sebagai berikut :

- a) *Official Assessment system*
Adalah suatu sistem pemungutan yang memberi wewenang kepada pemerintah

(fiskus) untuk menentukan besarnya pajak yang terutang oleh Wajib Pajak.

- b) *Self Assesment System*
Adalah suatu sistem pemungutan yang memberi wewenang sepenuhnya kepada Wajib Pajak untuk menghitung, memperhitungkan, membayar, dan melaporkan sendiri besarnya pajak yang terutang.
- c) *With Holding System*
Adalah suatu sistem pemungutan yang memberi wewenang kepada pihak ketiga (bukan fiskus dan bukan Wajib Pajak yang bersangkutan) untuk menentukan besarnya pajak yang terutang oleh Wajib Pajak.

Hambatan Pemungutan Pajak

Menurut (Mardiasmo, 2011) hambatan pemungutan pajak dapat dikelompokkan menjadi :

- a) Perlawanan pasif
Masyarakat enggan membayar pajak, yang dapat disebabkan antara lain :
 - 1) Perkembangan intelektual dan moral masyarakat.
 - 2) Sistem perpajakan yang sulit dipahami masyarakat.
 - 3) Sistem kontrol tidak dapat dilakukan atau dilaksanakan dengan baik.
- b) Perlawanan aktif
Perlawanan aktif meliputi semua usaha dan perbuatan yang secara langsung ditunjukkan kepada fiskus dengan tujuan untuk menghindari pajak. Bentuknya antara lain :
 - 1) *Tax Avoidance*, usaha meringankan beban pajak dengan tidak melanggar undang-undang.
 - 2) *Tax Evasion*, usaha meringankan beban pajak dengan cara melanggar undang-undang (menggelapkan pajak).

Penggolongan Pajak

Pajak menurut (Resmi, 2013) dapat dikelompokkan ke dalam golongan sebagai berikut:

- 1) Menurut Sifatnya

- A. Pajak Subjektif, yaitu pajak yang erat kaitannya atau hubungannya dengan subjek pajak atau yang dikenakan pajak dan besarnya dipengaruhi oleh keadaan wajib pajak. Contoh: Pajak Penghasilan.
 - B. Pajak Objektif, yaitu pajak yang erat hubungannya dengan objek pajak, yang selain dari pada benda dapat pula berupa keadaan, perbuatan atau peristiwa yang menyebabkan timbulnya kewajiban membayar. Contoh: Pajak Pertambahan Nilai.
- 2) Menurut Pembebanannya
- A. Pajak Langsung, yaitu pajak yang langsung dibayar oleh wajib pajak yang bersangkutan dan pajak ini langsung dipungut pemerintah dari wajib pajak, tidak dapat dilimpahkan kepada orang lain serta dipungut secara berkala. Contoh: PPh, PBB.
 - B. Pajak Tidak Langsung, yaitu pajak yang langsung dipungut dan pembayaran pajak dapat melimpahkan beban pajaknya kepada pihak lain serta pajak ini tidak mempergunakan surat ketetapan pajak. Contoh: PPN, dan PPnBM.
- 3) Menurut Kewenangannya
- A. Pajak Pusat, yaitu pajak yang wewenang pemungutannya atau dikelola oleh Pemerintah Pusat dan hasilnya dipergunakan untuk membiayai APBN. Contoh: PPh, PPN, PPB, Bea Materai, PPnBM.
 - B. Pajak Daerah, yaitu pajak yang wewenang pemungutannya atau dikelola oleh Pemerintah Daerah dan hasilnya dipergunakan untuk membiayai APBD. Contoh: Pajak Hotel, Pajak Restoran, Pajak Reklame, Pajak Kendaraan Bermotor.

Penerapan e-SPT

Penggunaan teknologi informasi dalam modernisasi perpajakan yang berbasis e-system diharapkan dapat meningkatkan kepatuhan pajak juga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap administrasi perpajakan. Pujianti (2012) menyatakan bahwa tujuan

penggunaan teknologi informasi dalam perpajakan adalah menghemat waktu, mudah, akurat dan paperless. Adapun e-System perpajakan dibagi menjadi e-registration, e-filling dan e-Billing.

Rahman (2010) wajib pajak dapat menyampaikan SPT secara elektronik (e-Filling) melalui perusahaan penyedia jasa aplikasi yang ditunjuk DJP. Wajib pajak yang telah menyampaikan SPT secara elektronik wajib menyampaikan SPT induk yang memuat tanda tangan dan Surat Setoran Pajak (SSP) serta bukti penerimaan secara elektronik ke KPP tempat wajib pajak terdaftar melalui kantor pos secara tercatat atau disampaikan langsung, paling lambat 14 hari sejak tanggal penyampaian SPT secara elektronik. SPT yang disampaikan secara elektronik pada akhir batas waktu penyampaian SPT jatuh pada hari libur dianggap disampaikan tepat waktu.

Penerapan e-SPT (Gustiyan, 2014) dapat diukur menggunakan indikator meliputi :

1. Tujuan penerapan e-SPT yaitu suatu tujuan yang berupa kemudahan dalam penggunaan e-SPT, pemenuhan kebutuhan data yang cepat dan akurat, meminimalkan jumlah Sumber Daya Manusia dalam perhitungan, perekaman data, dan pengorganisasian data secara baik dan sistematis.
2. Sosialisasi kepada wajib pajak yaitu berupa sosialisasi mengenai penerapan e-SPT, pemahaman manfaat dan tujuan penerapan e-SPT, dan motivasi dalam menggunakan e-SPT.
3. Kendala dalam penerapan e-SPT yaitu berupa sarana dan prasarana dalam rangka penerapan e-SPT dan kemampuan petugas pajak dalam mengoperasikan sistem e-SPT.

Pengetahuan Perpajakan

Rahayu (2010) tingkat pengetahuan pajak masyarakat yang memadai, akan mudah bagi wajib pajak untuk patuh pada peraturan perpajakan. Dengan mengutamakan kepentingan negaradiatas kepentingan pribadi akan memberi

keikhlasan masyarakat untuk patuh dalam kewajiban perpajakannya. Dan dengan pengetahuan yang cukup yang diperoleh karena memiliki tingkat pendidikan yang tinggi tentunya juga akan dapat memahami bahwa dengan tidak memenuhi peraturan maka akan menerima sanksi baik sanksi administrasi maupun pidana fiskal. Maka akan diwujudkan masyarakat yang sadar pajak dan mau memenuhi kewajiban perpajakannya. Terdapat 3 konsep pengetahuan pajak yaitu:

1. Pengetahuan mengenai Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (KUP), yaitu berupa pengetahuan ketentuan terkait kewajiban perpajakan yang berlaku, mengetahui seluruh peraturan mengenai batas waktu pelaporan e-SPT, dan mengetahui NPWP berfungsi sebagai identitas wajib pajak.
2. Pengetahuan mengenai sistem perpajakan di Indonesia, yaitu berupa pengetahuan tentang sistem perpajakan yang berlaku di Indonesia dan pengetahuan tentang tarif yang berlaku.
3. Pengetahuan mengenai fungsi perpajakan, yaitu mengetahui bahwa fungsi pajak adalah sebagai sumber penerimaan negara terbesar dan mengetahui bahwa pajak yang disetor dapat digunakan untuk pembiayaan oleh pemerintah.

Kepatuhan wajib pajak

Pengertian wajib pajak

Menurut UU No 16 Tahun 2009 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan yaitu Wajib Pajak adalah orang pribadi atau badan, meliputi pembayar pajak, pemotong pajak, dan pemungut pajak, yang mempunyai hak dan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan.

Menurut (Anastasia Diana dan Lilis Setiawati, 2010) Wajib pajak adalah orang pribadi atau badan, meliputi pembayar pajak, pemotong pajak dan pemungut pajak, yang mempunyai hak dan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan. Mardiasmo (2016) Wajib Pajak memiliki

beberapa kewajiban yang harus dipenuhi yaitu :

- a. Mendaftarkan diri untuk mendapatkan NPWP.
Wajib Pajak wajib mendaftarkan diri ke Kantor Pelayanan Pajak yang berada di wilayah tempat tinggal atau tempat kedudukan Wajib Pajak, kemudian akan diperoleh Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP). NPWP tersebut yang kemudian digunakan sebagai identitas bagi Wajib Pajak. Pendaftaran NPWP dapat dilakukan secara online melalui e-register.
- b. Melaporkan usahanya untuk dikukuhkan sebagai PKP.
Wajib Pajak yang merupakan pengusaha yang dikenakan PPN wajib melaporkan usahanya untuk kemudian dikukuhkan sebagai Pengusaha Kena Pajak (PKP) kepada KPP. Pengukuhan sebagai PKP juga dapat dilakukan secara *online* melalui *e-register*.
- c. Menghitung pajak terutang, memperhitungkan pajak yang sudah dipotong oleh pihak lain, membayar, dan melaporkan sendiri pajak dengan benar. Sistem perpajakan di Indonesia menganut self assessment sistem, sehingga Wajib Pajak diharuskan melakukan penghitungan, pembayaran, dan pelaporan pajak dengan sendiri.
- d. Mengisi dengan benar SPT (SPT diambil sendiri), dan memasukkan ke Kantor Pelayanan Pajak dalam batas waktu yang telah ditentukan. SPT merupakan surat yang digunakan Wajib Pajak untuk melaporkan penghitungan dan/atau pembayaran objek pajak sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Batas waktu maksimal yang telah ditentukan untuk melaporkan SPT ke Kantor Pajak adalah tiga bulan setelah akhir tahun pajak untuk SPT PPh tahunan Wajib Pajak Orang Pribadi dan empat bulan setelah akhir tahun pajak untuk SPT PPh Tahunan Wajib Pajak Badan.
- e. Menyelenggarakan pembukuan/pencatatan.

Pencatatan merupakan kumpulan data mengenai peredaran dan/atau penghasilan bruto yang digunakan untuk penghitungan jumlah pajak yang terutang. Pembukuan adalah pencatatan yang dilakukan secara teratur yang berupa data dan informasi keuangan serta jumlah harga perolehan dan penyerahan barang atau jasa, yang ditutup dengan menyusun laporan keuangan meliputi neraca dan laporan laba rugi untuk periode tahun pajak tersebut.

f. Apabila diperiksa Wajib Pajak diwajibkan:

1. Memperlihatkan laporan pembukuan atau catatan, dan dokumen-dokumen yang berhubungan dengan penghasilan yang diperoleh, kegiatan usaha, pekerjaan bebas Wajib Pajak, atau objek yang terutang pajak.

2. Memberikan kesempatan untuk memasuki tempat atau ruangan yang diperlukan dan yang dapat memperlancar pemeriksaan.

g. Apabila ketika mengungkapkan pembukuan, pencatatan, atau dokumen serta keterangan yang diminta, Wajib Pajak terikat oleh suatu kewajiban untuk merahasiakan, maka kewajiban untuk merahasiakan itu diadakan oleh permintaan untuk keperluan pemeriksaan. Hak-hak Wajib Pajak Menurut (Mardiasmo, 2011) :

1. Mengajukan surat keberatan dan surat banding.

Wajib Pajak berhak mengajukan surat keberatan apabila merasa tidak puas dengan ketentuan pajak yang dikenakan kepadanya atau atas pemotongan/pemungutan yang dilakukan oleh pihak ketiga. Apabila Wajib Pajak belum puas dengan hasil surat keputusan keberatan, Wajib Pajak berhak mengajukan surat banding ke Pengadilan Pajak.

2. Menerima tanda bukti pemasukkan SPT.

Tanda bukti pemasukan SPT merupakan tanda bukti diterimanya

SPT. Tanda bukti diberikan oleh petugas pajak kepada Wajib Pajak.

3. Melakukan pembetulan SPT yang telah dimasukkan.

Wajib Pajak dapat melakukan pembetulan SPT yang telah dimasukkan dengan menyampaikan pernyataan tertulis sebelum Direktur Jenderal Pajak melakukan pemeriksaan.

4. Mengajukan permohonan penundaan penyampaian SPT.

Wajib Pajak berhak untuk mengajukan permohonan penundaan penyampaian SPT dengan alasan tertentu yang dapat diterima.

5. Mengajukan permohonan penundaan atau pengangsuran pembayaran pajak.

Wajib Pajak berhak untuk mengajukan permohonan penundaan/pengangsuran pembayaran pajak dalam kondisi tertentu.

6. Mengajukan permohonan perhitungan pajak yang dikenakan dalam surat ketetapan pajak.

Wajib Pajak berhak mengajukan permohonan perhitungan pajak kepada Direktorat Jenderal Pajak yang dikenakan dalam surat ketetapan pajak apabila terdapat kesalahan pada ketetapan pajak yang didalamnya tidak ada hubungan persengketaan antara fiskus dengan Wajib Pajak.

7. Meminta pengembalian kelebihan pembayaran pajak.

Wajib Pajak berhak meminta pengembalian kelebihan pembayaran pajak apabila pajak terutang untuk suatu tahun pajak lebih kecil dari jumlah kredit pajak.

8. Mengajukan permohonan penghapusan dan pengurangan sanksi, serta pembetulan surat ketetapan pajak yang salah.

Wajib Pajak berhak mengajukan permohonan penghapusan dan pengurangan sanksi, serta pembetulan surat ketetapan pajak

atas kesalahan yang bukan disebabkan oleh Wajib Pajak.

9. Memberi kuasa kepada orang untuk melaksanakan kewajiban pajaknya.
10. Meminta bukti pemotongan atau pemungutan pajak.
Bukti pemotongan atau pemungutan pajak digunakan sebagai pengurang pajak atau kredit pajak bagi pihak yang dipotong di akhir tahun pajak.

Definisi Kepatuhan wajib pajak

Teori Stewardship mengasumsikan bahwa adanya hubungan yang kuat antara kepuasan dan kesuksesan organisasi (Donaldson & Davis, 1989, 1991). Kesuksesan organisasi menggambarkan maksimalisasi utilitas kelompok principals dan manajemen. Maksimalisasi utilitas kelompok ini pada akhirnya akan memaksimumkan kepentingan individu yang ada dalam kelompok organisasi tersebut.

Kondisi semakin kompleks dengan bertambahnya tuntutan akan akuntabilitas pada organisasi sektor publik, principal semakin sulit untuk melaksanakan sendiri fungsi-fungsi pengelolaan. Pemisahan antara fungsi kepemilikan dengan fungsi pengelolaan menjadi semakin nyata. Berbagai keterbatasan, pemilik sumber daya (capital suppliers/principals) mempercayakan (trust = amanah) pengelolaan sumber daya tersebut kepada pihak lain (steward = manajemen) yang lebih capable dan siap. Kontrak hubungan antara stewards dan principals atas dasar kepercayaan (amanah = trust), bertindak kolektif sesuai dengan tujuan organisasi, sehingga model yang sesuai pada kasus organisasi sektor publik adalah stewardship theory. Kepatuhan pajak identik dengan kesediaan seorang wajib pajak dalam memenuhi peraturan perpajakannya. Pengertian kepatuhan Wajib Pajak menurut Safri Nurmantu menyatakan bahwa: Suatu keadaan dimana wajib pajak memenuhi semua kewajiban perpajakan dan melaksanakan hak perpajakannya.

Kondisi perpajakan yang menuntut keikutsertaan aktif wajib pajak dalam

menyelenggarakan perpajakannya membutuhkan kepatuhan wajib pajak yang tinggi, yaitu kepatuhan dalam pemenuhan kewajiban perpajakan yang sesuai dengan kebenarannya. Kepatuhan memenuhi kewajiban perpajakan secara sukarela (*voluntary of compliance*) merupakan tulang punggung dari selfassessment system, dimana wajib pajak bertanggung jawab menetapkan sendiri kewajiban perpajakan kemudian secara akurat dan tepat waktu dalam membayar dan melaporkan pajaknya.

Kepatuhan Wajib Pajak menurut Safri Nurmantu yang dikutip oleh (Siti Kurnia Rahayu, 2010), menyatakan bahwa, Kepatuhan perpajakan dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana wajib pajak memenuhi semua kewajiban perpajakan dan melaksanakan hak perpajakannya. Menurut Chaizi Nasucha yang dikutip oleh (Siti Kurnia Rahayu, 2010), menyatakan bahwa kepatuhan Wajib Pajak dapat didefinisikan dari :

- a. Kewajiban Wajib Pajak dalam mendaftarkan diri.
- b. Kepatuhan untuk menyetorkan kembali Surat pemberitahuan.
- c. Kepatuhan dalam perhitungan dan pembayaran pajak terutang.
- d. Kepatuhan dalam pembayaran tunggakan.

Sedangkan menurut Keputusan Menteri Keuangan No. 544/KMK.04/2000 dalam (Sony Devano dan Siti Kurnia Rahayu, 2006), menyatakan bahwa Kepatuhan perpajakan adalah tindakan Wajib Pajak dalam pemenuhan kewajiban perpajakannya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan dan peraturan pelaksanaan perpajakan yang berlaku dalam suatu negara.

HIPOTESIS PENELITIAN Pengaruh Penerapan e-SPT terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Pandiangan (2008) pengertian e-SPT adalah penyampain SPT dalam bentuk digital ke KPP secara elektronik dengan menggunakan media computer. Rahayu

(2009) menyatakan bahwa pada dasarnya penyampaian SPT secara electronic ini merupakan upaya dari Dirjen Pajak untuk memberikan kemudahan pelayanan bagi Wajib Pajak dalam melaporkan jumlah pajak yang harus dibayarkannya. Karena Wajib Pajak tidak perlu datang secara langsung ke Kantor Pelayanan Pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakannya dalam menyampaikan SPT bagi aparat pajak, teknologi *electronic* mampu memudahkan mereka dalam pengelolaan database karena penyimpanan dokumen-dokumen Wajib Pajak telah dilakukan dalam bentuk digital. Pemerintah berharap dengan adanya teknologi elektronik mampu meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

Kepatuhan Wajib Pajak merupakan aspek yang penting dalam meningkatkan penerimaan negara dari sektor pajak. Apabila Wajib Pajak yang patuh dalam membayar dan melaporkan SPT terus meningkat maka akan semakin meningkatkan rasio kepatuhan pajak sehingga berpengaruh kepada pendapatan negara dari sektor pajak. Selain itu terdapat faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi tingkat kepatuhan Wajib Pajak dalam penelitian ini yaitu pemanfaatan teknologi, sosialisasi pajak dan pengetahuan pajak. Ditjen Pajak sebagai organisasi pemerintah yang diberi wewenang untuk mengelola perpajakan menyadari sepenuhnya bahwa tanpa adanya improvisasi di bidang teknologi informasi, dinamika yang berkembang di masyarakat terutama dinamika bisnis tidak akan dapat diantisipasi (Prawirodidirdjo, 2007)

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Hapsari, 2014) dan (Putra, 2015) menunjukkan bahwa e-SPT berpengaruh secara positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

H1 : Penerapan e-SPT berpengaruh secara positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Ha1 : Penerapan e-SPT tidak berpengaruh secara positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Pengaruh Pengetahuan Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Tingkat pengetahuan pajak masyarakat yang memadai, akan mudah bagi wajib pajak untuk patuh pada peraturan perpajakan (Rahayu, 2010). Dengan mengutamakan kepentingan negara diatas kepentingan pribadi akan memberi keikhlasan masyarakat untuk patuh dalam kewajiban perpajakannya. Dan dengan pengetahuan yang cukup yang diperoleh karena memiliki tingkat pendidikan yang tinggi tentunya juga akan dapat memahami bahwa dengan tidak memenuhi peraturan maka akan menerima sanksi baik sanksi administrasi maupun pidana fiskal. Maka akan diwujudkan masyarakat yang sadar pajak dan mau memenuhi kewajiban perpajakannya. Menurut (Carolina, 2009) pengetahuan pajak adalah informasi pajak yang dapat digunakan wajib pajak sebagai dasar untuk bertindak, mengambil keputusan, dan menempuh arah atau strategi tertentu sehubungan dengan pelaksanaan hak dan kewajiban di bidang perpajakan.

Berdasarkan hasil penelitian (Fauzi, 2015) dan (Dyah, 2015) menunjukkan bahwa pengetahuan pajak berpengaruh positif terhadap kepatuhan wajib pajak.

H2 : Pengetahuan Perpajakan berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Ha2 : Pengetahuan Perpajakan tidak berpengaruh positif terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Pengaruh e-SPT dan Pengetahuan Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Penerapan e-SPT membantu wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya, karena e-SPT merupakan sistem aplikasi komputer yang dapat dengan mudah digunakan untuk pelaporan SPT dari pada menggunakan SPT manual. Penggunaan e-SPT yang lebih efisien tersebut dapat dinilai bisa meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Hasil penelitian ini didukung penelitian sebelumnya oleh Lingga (2013) yaitu penerapan e-SPT

berpengaruh secara signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Pengetahuan perpajakan memiliki pengaruh dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Pengetahuan wajib pajak memiliki peran yang penting, karena dengan pengetahuan perpajakan yang tinggi dapat semakin mudah dalam memahami peraturan perpajakan sehingga dapat dengan mudah melaksanakan kewajiban perpajakannya. Hal tersebut dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak apabila wajib pajak sudah memiliki pengetahuan perpajakan yang luas akan mendorong wajib pajak berperilaku patuh karena wajib pajak akan mengetahui fungsi pajak dan pentingnya pajak dalam hal pembangunan negara.

Berdasarkan hasil penelitian dari Firdaus Aprian Zuhdi, Topowijono, Devi Farah Azizah (2015) Penerapan e-SPT dan pengetahuan perpajakan berpengaruh secara simultan terhadap kepatuhan wajib pajak.

H3 : Penerapan e-SPT dan pengetahuan perpajakan berpengaruh secara

Deskripsi Operasional Variabel Penelitian

Definisi konseptual dan operasionalisasi variabel pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi	Indikator
Penerapan e-SPT (X1)	E-SPT merupakan sistem aplikasi komputer yang dibuat oleh Direktorat Jendral Pajak (DJP) yang ditujukan untuk wajib pajak dalam hal pelaporan SPT.	a. Keefektifan pelaporan melalui e-SPT b. Penyampaian E-SPT melalui dropbox memudahkan wajib pajak c. Peraturan perpajakan dapat di akses dengan mudah d. Pendaftaran NPWP dapat dilakukan melalui E-Registration dari website pajak
Pengetahuan Perpajakan (X2)	Pengetahuan Perpajakan adalah proses dimana wajib pajak mengetahui tentang perpajakan dan mengaplikasikan pengetahuan itu untuk membayar pajak	a. Pengetahuan Pajak bahwa pajak sumber penerimaan terbesar Negara b. Jika tidak melaksanakan kewajiban perpajakan, maka akan dikenakan sanksi pajak c. Pengetahuan tentang cara pengisian E-SPT akan meningkatkan kepatuhan pajak d. Pengetahuan bahwa wajib pajak diberikan kepercayaan untuk

simultan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Ha3 : Penerapan e-SPT dan pengetahuan perpajakan tidak berpengaruh secara simultan terhadap kepatuhan wajib pajak

METODE PENELITIAN

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti di dapat melalui hasil pengisian kuesioner oleh responden pada KPP Pratama Cikarang Selatan. Data sekunder sendiri adalah sumber data yang diperoleh secara tidak langsung yang melalui media perantara umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah disusun dalam arsip (dokumenter) baik yang dipublikasikan maupun tidak (Hamdi dan Baharuddin, 2014). Dalam penelitian, peneliti mengambil data sekunder berupa penelitian-penelitian yang terdahulu, jurnal-jurnal dan juga mengakses *website*.

Variabel	Definisi	Indikator
		melaksanakan self assessment (menghitung, membayar, dan melaporkan pajak sendiri)
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	Kepatuhan Wajib Pajak menurut Safri Nurmantu yang dikutip oleh (Siti Kurnia Rahayu, 2010), menyatakan bahwa, Kepatuhan perpajakan dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana wajib pajak memenuhi semua kewajiban perpajakan dan melaksanakan hak perpajakannya.	a. Masyarakat mendaftarkan diri sebagai wajib pajak untuk memenuhi kewajibannya sebagai warga negara yang baik b. E-SPT (Surat Pemberitahuan Elektronik) pajak sesuai dengan ketentuan Undang - Undang yang berlaku. c. Wajib pajak menghitung pajak dengan benar dan melaporkan E-SPT tepat waktu. d. Wajib Pajak selalu membayar kekurangan pajak penghasilan (membayar denda) PPh 21 terutang

Sumber: Data diolah, 2019

Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah wajib pajak orang pribadi yang merupakan karyawan di KPP Pratama Cikarang Selatan. Sampel yang dilakukan adalah wajib pajak orang pribadi yang terdaftar dan melakukan pembayaran serta pelaporan pajak di KPP Pratama Cikarang Selatan dan tergolong sebagai wajib pajak efektif.

Penentuan sampel menggunakan rumus Slovin. Berdasarkan data yang diperoleh dari KPP Pratama Cikarang Selatan jumlah wajib pajak yang merupakan karyawan ditahun 2018 sebanyak 187.617 wajib pajak. Perhitungan penentuan sampel menggunakan Rumus Slovin dengan nilai kritis 0,1(10%) yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{187,617}{1 + 187,617(0,1)^2}$$

$$n = 99,94$$

Keterangan:

n = jumlah anggota sampel
 N = jumlah anggota populasi
 e = margin eror 10 %

Dari perhitungan dengan rumus Slovin maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 99,99 responden dan dibulatkan menjadi 102

responden. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *convenience random sampling*. Teknik ini memilih sampel yang sesuai dengan ketentuan atau persyaratan sampel dari populasi tertentu yang paling mudah di jangkau atau didapatkan, misalnya yang terdekat dengan tempat peneliti berdomisili (Prasetyo, 2011).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan terhadap seluruh item kuesioner ketiga variabel yang diteliti. Perhitungan r tabel sebagai berikut:

$$df = n - 2$$

$$= 102 - 2$$

$$= 100$$

r tabel untuk Alpha 0,05 (5%) adalah 0,1638. Maka kriteria menentukan validitas adalah sebagai berikut :

- Jika r hitung > r tabel atau r hitung >0,1638 maka valid
- Jika r hitung < r tabel atau r hitung <0,1638 maka tidak valid.

Hasil uji validitas atas variabel penerapan e-spt (PES), pengetahuan pajak dan kepatuhan wajib pajak sebagai berikut:

Tabel 2

Uji Validitas Variabel Penelitian

Item	r-hitung	r-tabel	Sig.	Ket.
------	----------	---------	------	------

PES1	0,494	0,1638	0,000	Valid
PES2	0,676	0,1638	0,000	Valid
PES3	0,693	0,1638	0,000	Valid
PES4	0,522	0,1638	0,000	Valid
PP1	0,595	0,1638	0,000	Valid
PP2	0,659	0,1638	0,000	Valid
PP3	0,667	0,1638	0,000	Valid
PP4	0,659	0,1638	0,000	Valid
KWP1	0,605	0,1638	0,000	Valid
KWP2	0,674	0,1638	0,000	Valid
KWP3	0,737	0,1638	0,000	Valid
KWP4	0,656	0,1638	0,000	Valid

Sumber: Data diolah, 2019

Berdasarkan tabel 2, dapat disimpulkan bahwa hasil uji atas kuesioner yang dibuat telah valid dengan nilai r hitung lebih dari r tabel, maka kuesioner dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Ghozali (2009) menyatakan bahwa reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator

dari peubah atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas suatu test merujuk pada derajat stabilitas, konsistensi, daya prediksi, dan akurasi. Pengukuran yang memiliki reliabilitas yang tinggi adalah pengukuran yang dapat menghasilkan data yang reliabel.

Kuesioner dinyatakan reliabel jika mempunyai nilai koefisien alpha, maka digunakan ukuran kemantapan alpha yang diinterpretasikan sebagai berikut (Saputri, 2013) :

Tabel 3 Nilai Cronbach's Alpha

Nilai Cronbach's Alpha	Kualifikasi Nilai
0,00 - 0,20	Kurang Reliabel
0,20 - 0,40	Agak Reliabel
0,41 - 0,60	Cukup Reliabel
0,61 - 0,80	Reliabel
0,81 - 1,00	Sangat Reliabel

Tabel 4 Hasil Uji Realiabilitas

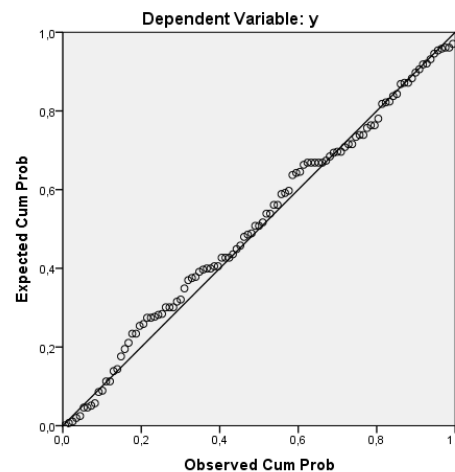
Variabel Penelitian	Cronbach's Alpha	N of Items
Penerapan e-SPT	.403	4
Pengetahuan Pajak	.549	4
Kepatuhan Wajib Pajak	.585	4

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, hasil uji cronbach's alpha menunjukkan nilai antara 0,41 – 0,60 sehingga dapat dikatakan hasil uji memiliki nilai cukup reliabel.

Uji Normalitas

Pengujian normalitas secara grafik menghasilkan grafik Normal P-P Plot dari data residual regresi yang dapat dilihat dari gambar berikut ini:

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Berdasarkan grafik Normal P-P Plot diketahui bahwa titik-titik menyebar disekitar garis dan mengikuti garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa data variabel yang digunakan untuk analisis regresi ganda berasal dari data yang terdistribusi secara normal. Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang akan dianalisis berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normal atau tidaknya data

Gambar 1 Pola P-P Plot

dilakukan menggunakan teknik Kolmogorov Smirnov dengan ketentuan Asymp.Sig > Alpha (0.05).

Tabel 5
Hasil Uji Kolmogorov Smirnov

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Statistic	df	Sig.
Unstandardized Residual	.052	102	.200*

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov Smirnov dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (Sig) pada kolom Kolmogorov Smirnov sebesar 0.200 karena signifikansi lebih dari 0.05 maka residual terdistribusi dengan normal.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen yang ditampilkan dalam bentuk persamaan regresi. Hasil uji regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

Tabel 6
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Std. Error	Beta	t	Sig.
	B	Standar dized Coefficients				
(Constant)	1.137	1.989			.572	.569
X1	.407	.100		.326	4.053	.000
X2	.484	.082		.473	5.874	.000

Sumber : Data Penelitian yang diolah, 2018

Dari tabel di atas dapat disusun model persamaan regresi linier berganda berdasarkan kolom B. Model persamaan regresi linier berganda hasil penelitian adalah sebagai berikut:

$$Y = 1,137 + 0.407X1 + 0.484X2 + e$$

Model persamaan regresi linier berganda hasil analisis tersebut dapat diartikan sebagai berikut:

a. Nilai konstanta sebesar 1,137 artinya jika penerapan e-SPT, pengetahuan

perpajakan nilainya 0, maka kepatuhan wajib pajak nilainya sebesar 1,137.

b. Nilai koefisien variabel penerapan e-SPT sebesar 0.407 artinya koefisien regresi variabel penerapan e-SPT menunjukkan pengaruh yang positif terhadap perubahan nilai variabel kepatuhan wajib pajak. Hal ini berarti jika penerapan e-SPT mengalami peningkatan satu satuan maka dapat meningkatkan variabel kepatuhan wajib pajak dengan nilai peningkatan senilai 0,407.

c. Nilai koefisien variabel pengetahuan perpajakan sebesar 0,484 artinya koefisien regresi variabel pengetahuan perpajakan menunjukkan pengaruh positif terhadap perubahan nilai variabel kepatuhan wajib pajak. Hal ini berarti jika variabel pengetahuan perpajakan mengalami peningkatan satu satuan maka dapat meningkatkan variabel kepatuhan wajib pajak sebesar 0,484 .

Pengujian Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan yang didefinisikan dengan baik mengenai karakteristik populasi. Pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji determinasi, uji F dan uji T.

Koefisien Determinasi (R²)

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui prosentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hasil analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

Tabel 7
Hasil Uji Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.607 ^a	.368	.356	1.445

- a. Predictors: (Constant), X2, X1
 b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Penelitian yang diolah, 2018

Dari tabel tersebut diperoleh nilai R sebesar 0.607 yang berarti korelasi/hubungan antara variabel kepatuhan wajib pajak dengan penerapan e-SPT dan pengetahuan perpajakan. Nilai Adjusted R Square atau koefisien determinasi adalah 0,356 menunjukkan bahwa X1 dan X2 dalam model secara bersama-sama mampu menjelaskan 35,6% variasi Y sedangkan 63,5% lainnya merupakan variabel diluar model penelitian.

Uji T (Parsial)

Uji T pada regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Hasil uji T adalah sebagai berikut :

Berdasarkan tabel uji t pada tabel 6, didapatkan hasil hipotesis sebagai berikut:

1. Variabel penerapan e-SPT (X1) terhadap kepatuhan wajib pajak (Y)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh t_{hitung} variabel X1 sebesar 4,053 dan t_{tabel} sebesar 1,984 dengan nilai signifikan 0,000. Jadi diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,053 > 1,984$) dan $sig < \alpha$ ($0,000 < 0,05$) artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh penerapan e-SPT terhadap kepatuhan wajib pajak.

Melalui reformasi tersebut diharapkan mekanisme kontrol menjadi lebih efektif yang ditunjang oleh adanya penerapan kode etik pegawai Direktorat Jenderal Pajak yang mengatur perilaku

pegawai dalam melaksanakan tugasnya (Rahayu,2009)

2. Variabel pengetahuan perpajakan (X2) terhadap kepatuhan wajib pajak (Y).

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 5.874 dan t_{tabel} sebesar 1,984 dengan nilai signifikansi sebesar 0,00. Jadi diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,874 > 1,984$) dan $sig < \alpha$ ($0,000 < 0,05$) yang berarti H_2 ditolak dan H_2 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak.

Pengetahuan Pajak yang mempunyai indikator subjek pajak, objek pajak, penghasilan kena pajak, penghasilan tidak kena pajak, tarif pajak penghasilan, biaya, dan perhitungan dimana pengetahuan pajak sudah dapat meningkatkan kepatuhan pajak pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama di Cikarang Selatan yaitu sebesar 47,3%. Seperti yang dikemukakan oleh Palil (2013) bahwa *the level of tax education and taxknowledge is significant to ensure that the tax administration to be going well. As a result, taxpayers will able to assess their tax liability correctly and to file tax return forms on time* (tingkat pendidikan dan pengetahuan pajak begitu signifikan untuk meyakinkan bahwa administrasi pajak berjalan dengan baik. Sebagai hasilnya, Wajib Pajak akan mampu menilai kewajiban pajaknya secara benar dan untuk mengajukan formulir pengembalian pajak tepat waktu).

Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen atau tidak. Hasil uji F adalah sebagai berikut :

Tabel 9
Hasil Uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	120.527	2	60.263	28.860	.000 ^b

Residual	206.728	99	2.088
Total	327.255	101	

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : Data Penelitian yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat di lihat bahwa nilai F hitung sebesar 28.860 jika dibandingkan dengan F tabel pada tingkat signifikansi 5% yaitu sebesar 3.09 maka nilai F hitung lebih besar dari F tabel $28.860 > 3.09$ nilai signifikansi senilai 0,000 sehingga hipotesis 3 (H3) diterima dan Ho3 ditolak. Maka secara simultan atau bersama-sama variabel kesadaran membayar pajak (X1), pengetahuan perpajakan dan (X2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak (Y).

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka diperoleh hasil penelitian sebagai berikut:

1. Penerapan e-SPT berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak secara parsial yang artinya, dengan meningkatnya kualitas penerapan sistem e-SPT yang baik maka akan dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak.
2. Pengetahuan perpajakan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak secara parsial yang artinya, apabila pengetahuan perpajakan yang dimiliki wajib pajak baik maka wajib pajak cenderung berperilaku patuh dalam melaksanakan kewajiban perpajakan. Hal tersebut dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak.
3. Penerapan e-SPT dan pengetahuan perpajakan berpengaruh secara simultan terhadap kepatuhan wajib pajak, artinya apabila penerapan e-SPT dan pengetahuan perpajakan dapat dilaksanakan dengan baik maka hal tersebut dapat meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan hal-hal yang terkait dengan keterbatasan penelitian

ini, maka dapat diberikan saran-saran sebagai berikut :

1. Bagi Direktorat Jendral Pajak
Melihat penerapan e-SPT berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak sebaiknya dapat dijadikan pertimbangan oleh Direktorat Jendral Pajak (DJP) dalam sistem e-SPT agar diberikan petunjuk penggunaan e-SPT yang lebih jelas, dan meningkatkan kualitas sistem e-SPT sehingga wajib pajak dapat menerapkan e-SPT dengan mudah. Selain itu, bagi KPP Pratama Cikarang Selatan dapat memberikan sosialisasi terkait ketentuan perpajakan kedalam lingkup wilayah yang lebih luas agar membantu agar wajib pajak mengetahui ketentuan perpajakan, sehingga wajib pajak dapat melaksanakan kewajiban perpajakan dengan mudah .
2. Bagi Penelitian Selanjutnya
Saran yang didasarkan pada keterbatasan adalah sebagai berikut :
 - a. Disarankan untuk penelitian selanjutnya menggunakan populasi dan sampel di wilayah selain Cikarang Selatan. Sehingga dapat dijadikan sebagai referensi penelitian-penelitian selanjutnya.
 - b. Sebaiknya untuk penelitian berikutnya peneliti dapat mengembangkan variabel bebas baru seperti e-filing, e-faktur, dan lain-lainnya agar dapat mengetahui peningkatan kepatuhan wajib pajak.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rahman. 2010. Panduan Pelaksanaan administrasi Perpajakan untuk. Karyawan, Pelaku Bisnis, dan Perusahaan. Bandung: Nuansa
- Agustiningih, W. (2016). Pengaruh Penerapan e-Filling, Tingkat

- Pemahaman Perpajakan dan Kesadaran Wajib Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak di KPP Pratama Yogyakarta. *Jurnal Nominal*, 5(2).
- Anastasia Diana, Lilis Setiawati. 2011. Sistem Informasi Akuntansi, Perancangan, Prosedur dan Penerapan. Edisi 1. Yogyakarta: Andi Yogyakarta
- Devano, Sony dan Siti Kurnia Rahayu. 2006. Perpajakan Konsep, Teori dan Isu. Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Gustiyani, Ayu. 2014. Pengaruh Penerapan e-SPT dan Pengetahuan Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. Universitas Komputer Indonesia. Jurnal Th. 2014
- Handayani Kadek Putri. Supadmi Ni Luh. (2013). Pengaruh Efektivitas e-SPT Masa PPN Pada Kepatuhan Wajib Pajak Badan di KPP Pratama Denpasar Barat. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 4(1), 19–38.
- Kharisma. Kertahadi. Handayani. (2014). Pengaruh Pemanfaatan Aplikasi e-SPT Masa PPN terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak (Studi pada KPP Pratama Surabaya Genteng). *Jurnal E-Perpajakan*, 1(1).
- Mardiasmo, 2009, Perpajakan. Edisi Revisi 2009
- Mardiasmo.2011. Perpajakan Edisi Revisi 2011. Yogyakarta : C.V Andi OFFSET.
- Palil., Rizal., & Mohd. (2013). The Perception of Tax Payers on Tax Knowledge and Tax Education with Level of Tax Compliance: A Study the Influences of Religiosity. Malaysia: Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Pandiangan, Liberty. 2008. Modernisasi dan Reformasi Pelayanan Perpajakan Berdasarkan Undang-Undang Terbaru. Jakarta: PT Elex Media Komput Indo
- Prawirodirdjo., Suharto Arto. (2007). Analisis pengaruh perubahan organisasi dan budaya organisasi terhadap kepuasan dan kinerja pegawai Direktorat Jenderal Pajak (Penelitian pada Kantor Pelayanan Pajak Berbasis Administrasi Modern di Lingkungan Kantor Wilayah Jakarta Khusus. Tesis Magister Manajemen, Program Pascasarjana, Universitas Diponegoro. Tidak Dipublikasi.
- Rahmawati, & Rasmini. (n.d.). Pengaruh Kesadaran, Penyeluhan, Pelayanan, dan Sanksi Pekerjaan pada Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi, 1–17.
- Resmi,Siti. 2013. Perpajakan Teori dan Kasus. Salemba Empat. Jakarta
- R,Sri. L, I. S. (2009). Pengaruh Modernisasi Sistem Administrasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Jurnal Akuntansi*, 1(2), 119–138.
- Saputri, Y. D. (2013). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pilihan Perusahaan Terhadap Konservatisme Akuntansi. *Accounting Analysis Journal*, 1(2), 1–6. <https://doi.org/ISSN 2252-6765>
- Siregar. Saryadi dan Listyorini. (2007). Pengaruh Pelayanan Fiskus dan Pengetahuan Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Empiris terhadap Wajib Pajak di Semarang Tengah). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1(3), 1–9.
- Siti Kurnia Rahayu, 2010 .PERPAJAKAN INDONESIA : Konsep dan. Aspek Formal, Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Waluyo. 2009. Perpajakan Indonesia. Jakarta: Salemba Empat
- Witono, B. (2008). Peranan pengetahuan pajak pada kepatuhan wajib pajak. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(2), 196–208.