

**LAPORAN BEBAN KERJA DOSEN
SEMESTER GENAP 2019/2020**

LAPORAN HASIL PENELITIAN

**PENGARUH LEVERAGE DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
(CSR) TERHADAP SET KESEMPATAN INVESTASI (IOS) PERUSAHAAN
INDUSTRI BARANG KOSUMSI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK
INDONESIA TAHUN 2015-2018**



OLEH :

CHRISTIANO LOMBOGIA.,SE.,MM., Ak.,CA

**AKADEMI AKUNTANSI Y.A.I
JAKARTA
2020**

LEMBAR PENGESAHAN

- Tahun : 2020
1. a. Judul penelitian : "Pengaruh Leverage Dan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Set Kesempatan Investasi (IOS) Perusahaan Industri Barang Kosumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2018"
- b. Bidang Ilmu : Ekonomi
- c. Kategori penelitian :
2. Ketua
- a. Nama Lengkap : Christiano Lombogia.,SE.,MM.,Ak.,CA
- b. Jenis Kelamin : Pria
- c. Golongan Pangkat : Lektor
- d. Jabatan Fungsional : Dosen Tetap A.A. Y.A.I
- e. Jurusan : Akuntansi
- f. Pusat Penelitian : Akademi Akuntansi Y.A.I
3. Jumlah Anggota
- a. Nama Anggota : -
4. Lokasi Penelitian : Jakarta
5. Kerjasama dengan instansi lain :
- a. Nama Institusi : P3M A.A. Y.A.I
- b. Alamat : Jln. Diponegoro No. 74 Jakarta Pusat
- c. Telepon/ Fax/ E-Mail : -
6. Lama penelitian keseluruhan : 7 Bulan (bulan November 2019 sd Mei 2020)
7. Biaya yang diperlukan :
- a. Sumber dari Y.A.I :
- b. Sumber dari AA Y.A.I :
- c. Sumber (Mandiri) : Rp. 5.000.000,-
- Jumlah : Rp. 5.000.000,-

Jakarta, 5 Juni 2020

Menyetujui
P3M AA Y.A.I

Peneliti,


(Ir. Herryanto, MM)
Kepala


(Christiano Lombogia, SE, MM, Ak, CA)
NIDN : 0314126902

Mengetahui
Akademi Akuntansi Y.A.I

Direktur,

(Christiano Lombogia, SE, MM, Ak, CA)

KATA PENGANTAR

Dengan mengucap puji syukur Kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas petunjuknya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian tentang “Pengaruh Leverage Dan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Set Kesempatan Investasi (IOS) Perusahaan Industri Barang Kosumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2018”.

Penulis menyadari sepenuhnya, bahwa penelitian tidak dapat dilakukan tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak, baik moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar- besarnya kepada pimpinan dan rekan sejawat Akademi Akuntansi Y.A.I.

Penulis menyadari kurang sempurnanya hasil penelitian ini mengingat keterbatasan waktu. Dengan demikian saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan.

Jakarta, 5 Juni 2020

Ketua Peneliti,



(Christiano Lombogia, SE, MM, Ak,CA)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh leverage, dan Corporate Social Responsibility (CSR). Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2018. Pemilihan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu perusahaan yang mempublikasikan laporan keuangan dan perusahaan yang tidak mengalami kerugian selama periode penelitian. Berdasarkan metode *purposive sampling*, jumlah sampel penelitian ini sebanyak 16 perusahaan. Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji statistik deskriptif, dan uji estimasi data panel. Pengolahan data menggunakan program Eviews 9. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan uji parsial leverage dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap set kesempatan investasi. Hasil penelitian berdasarkan uji F menunjukkan bahwa leverage dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) secara simultan berpengaruh terhadap set kesempatan investasi. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa secara bersama-sama dengan variabel leverage, tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh terhadap set kesempatan investasi (IOS) sebesar 82,85%, sedangkan sisanya sebesar 17,15% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Leverage, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Set Kesempatan Investasi

ABSTRACT

His study aims to examine the effect of leverage, and Corporate Social Responsibility (CSR). The population of this study is the consumer goods industry companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the period 2015-2018. This sample selection uses a purposive sampling method, namely companies that publish financial statements and companies that do not experience losses during the study period. Based on the purposive sampling method, the number of samples of this study were 16 companies. The analysis conducted in this research is descriptive statistical test, and panel data estimation test. The measuring instrument used for this analysis is the eviews 9 program. The results of this study indicate that based on partial tests, leverage and corporate social responsibility (CSR) have a positive and significant effect on the investment opportunity set. The results of the study based on the F test, show that simultaneous leverage and corporate social responsibility (CSR) together affect the investment opportunity set. The coefficient of determination test shows that it means that together with variable leverage, corporate social responsibility influences the investment opportunity set (IOS) of 82.85%, while the rest of 17.15% is explained by other variables that are not thorough in this study.

Keywords: Leverage, Corporate Social Responsibility, Set Investment Opportunities

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAKSI	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	x
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Identifikasi Masalah	2
C. Batasan Masalah.....	3
D. Rumusan Masalah	3
E. Tujuan Penelitian	4
F. Manfaat Penelitian	4
BAB II LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS	6
A. Landasan Teori	6
1. Teori Agen	6
2. Teori Stakeholder	7
3. Teori Signal.....	7
4. Teori Legitimasi	8
5. Leverage	9
6. Corporate Social Responsibility (CSR)	10
7. Set Kesempatan Investasi (IOS)	13
B. Hubungan Antar Variabel	14
C. Penelitian Terdahulu	15
D. Kerangka Pemikiran.....	17
E. Perumusan Hipotesis	18

BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	20
A.	Metode Penelitian	20
B.	Objek Penelitian	21
1.	Populasi Penelitian	21
2.	Sampel Penelitian	21
C.	Operasional Variabel	22
1.	Variabel Bebas (Variabel Independen)	22
2.	Variabel Terikat (Variabel Dependen)	23
D.	Jenis, Sumber dan Metode Penelitian	23
1.	Jenis Data	24
2.	Sumber Data	24
3.	Metode Pengumpulan Data	24
E.	Rancangan Analisis	25
1.	Statistik Deskriptif	25
2.	Metode Analisa Regresi Data Panel	26
3.	Pemilihan Uji Model Estimasi	28
4.	Uji Model Estimasi	28
5.	Uji Asumsi Klasik	31
a.	Uji Normalitas Data	31
b.	Uji Multikolinearitas	31
c.	Uji Heterokedastisitas	32
d.	Uji Autokorelasi	32
6.	Uji Hipotesis	33
a.	Analisis Korelasi	33
b.	Uji Regresi Berganda	34
c.	Uji Parsial (Uji t)	34
d.	Uji Simultan (Uji F)	35
e.	Koefisien Determinasi	36
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	37
A.	Deskripsi Populasi dan Sampel Penelitian	37

1. Populasi.....	37
2. Sampel.....	38
B. Deskripsi Operasional Variabel.....	40
1. Variabel Independen	40
2. Variabel Dependen.....	40
C. Deskripsi Data Penelitian	45
D. Analisis	46
1. Statistik Deskriptif	46
2. Metode Analisa Regresi Data Panel.....	47
3. Pemilihan Uji Medel Estimasi	47
4. Uji Asumsi Klasik.....	50
a. Uji Heterokedastisitas	50
5. Uji Hipotesis	52
a. Analisis Regresi Data Panel	52
b. Analisis Data Panel Secara Bersama-sama	54
6. Intepretasi dan Pembahasan Hasil Penelitian.....	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	57
A. Kesimpulan	57
B. Saran.....	58
C. Keterbatasan.....	58
DAFTAR PUSTAKA	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Konseptual.....	17
Gambar 3.1	Penentuan Model	30

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1 Intepretasi Uji Auto Korelasi	33
Tabel 3.2 Intepretasi Koefisien Korelasi.....	34
Tabel 4.1 Prosedur Pemilihan Sampel	38
Tabel 4.2 Sampel Perusahaan	39
Tabel 4.3 Deskripsi Operasional Variabel Penelitian	41
Tabel 4.4 Data Hasil Leverage Periode 2015-2018	43
Tabel 4.5 Data Hasil Corporate Social Responsibility Periode 2015-2018.....	44
Tabel 4.6 Data Hasil IOS Periode 2015-2018.....	45
Tabel 4.7 Hasil Uji Statistik Deskriptif	46
Tabel 4.8 Chow Test	48
Tabel 4.9 Housman Test	49
Tabel 4.10 Hasil Kesimpulan Pengujian.....	50
Tabel 4.11 Hasil Uji Heterokedasitas.....	51
Tabel 4.12 Model Fixed Effect	52

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pertumbuhan perusahaan merupakan hal yang ingin dicapai oleh setiap perusahaan. Pertumbuhan diharapkan dapat memberi dampak positif bagi perusahaan sehingga dapat mendorong investor untuk menginvestasikan modalnya pada perusahaan tersebut. Prospek perusahaan yang bertumbuh bagi investor merupakan suatu prospek yang menguntungkan, karena investasi yang ditanamkan diharapkan memberikan return yang tinggi (Nugroho, 2002)

Menurut Smith dan Watts (1992) dalam Yendrawati (2013) peluang pertumbuhan perusahaan tersebut terlihat pada kesempatan investasi yang di proksikan dengan berbagai macam kombinasi set kesempatan (IOS : Investment Opportunity Set). Investment Opportunity Set (IOS) sangat penting dalam menentukan bagaimana pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan datang karena IOS menunjukkan pilihan-pilihan investasi yang dimiliki oleh perusahaan saat ini.

Kallapur dan Trombley menyebutkan bahwa besarnya nilai kesempatan berkembang perusahaan yang dilihat dari IOS dapat mempengaruhi cara pandang manajer, pemilik, investor dan kreditor atas nilai perusahaan. Investor menilai perusahaan sebagai entitas yang memiliki pertumbuhan dan prospek yang menguntungkan melalui investasi yang ditanamkannya (Panggabean dan Suratno, 2014). Pertumbuhan perusahaan yang tinggi akan memberikan adanya suatu peluang investasi yang memungkinkan adanya ruangan untuk bertumbuh.

Investment Opportunity set (IOS) dipengaruhi beberapa faktor, salah satunya Leverage, menurut Weston dan Brigham (1993 :117) dalam Yanto (2011) mengatakan rasio leverage adalah mengukur perbandingan dana yang disediakan oleh pemiliknya dengan dana yang dipinjamkan dari kreditor. Jika tingkat pertumbuhan perusahaan tinggi maka kreditor akan bersedia meminjamkan dananya untuk perusahaan dan perusahaan cenderung akan memiliki peluang investasi yang besar. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Maria Agnes Indri Purnama Sari (2012), menyatakan bahwa rasio solvabilitas berpengaruh pada

IOS, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Andita Novianti dan Nicodemus Simu (2016), menyatakan bahwa DER mempunyai pengaruh negative terhadap IOS.

Corporate Social Responsibility (CSR) juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi Investment Opportunity Set (IOS). Pemberian informasi tentang bagaimana kegiatan perusahaan dan berdampak pada sosial dan lingkungan ialah pengertian CSR (Mathews, 1995). Perusahaan melakukan pengungkapan CSR untuk mendapatkan respon positif dari public yang akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Dengan meningkatnya nilai perusahaan maka perusahaan akan dapat meningkatkan peluang investasi (IOS). Pertumbuhan bagi suatu perusahaan merupakan kesempatan investasi yang dapat menghasilkan keuntungan (Saputro dan Lela, 2007).

Karakteristik-karakteristik tertentu dalam perusahaan akan sangat mempengaruhi kesempatan investasi (IOS). Hal tersebut akan mengakibatkan perbedaan kesempatan investasi antara perusahaan satu dengan perusahaan yang lain. Penelitian tentang kesempatan investasi (IOS) dan faktor-faktor yang mempengaruhinya telah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Namun masih terdapat perbedaan hasil. Hasil penelitian yang beragam tersebut mungkin dikarenakan perbedaan sifat variabel dependen dan variabel independen yang diteliti, perbedaan periode pengamatan dan atau perbedaan dalam metode statistic yang digunakan.

Dalam penelitian ini, penulis hanya membatasi lingkup pembahasan pada 2 variabel yang dapat mempengaruhi kesempatan investasi (IOS) yaitu leverage dan corporate social responsibility (CSR).

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini antara lain :

1. Kesempatan investasi bagi pemegang saham sangat penting karena investasi dijadikan indikator eksistensi perusahaan yang menunjukkan jika perusahaan

yang mempunyai kesempatan investasi maka perusahaan tersebut memiliki prospek yang baik.

2. Kesempatan investasi haruslah dilakukan dengan baik, karena jika salah dalam mengambil keputusan berinvestasi, maka tidak mendatangkan return yang baik bagi perusahaan.
3. Tingkat leverage perusahaan dapat mempengaruhi kesempatan investasi perusahaan karena jika perusahaan mempunyai dana yang baik maka perusahaan dapat melakukan kesempatan investasi.
4. Tingkat pertumbuhan perusahaan yang tinggi cenderung memiliki IOS yang tinggi, karena ketika perusahaan sedang tumbuh maka peluang tingginya investor yang akan menginvestasikan kekayaannya akan semakin besar.
5. Perusahaan melakukan pengungkapan CSR untuk mendapatkan respon positif dari publik yang akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. meningkatnya nilai perusahaan akan berdampak pada kesempatan investasi yang akan dilakukan perusahaan.

C. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, penulis hanya membatasi lingkup pembahasan pada 2 karakteristik perusahaan yang dapat mempengaruhi kesempatan investasi (IOS) yaitu leverage dan corporate social responsibility (CSR). Perusahaan yang dijadikan sampel adalah perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2018.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, maka peneliti dapat merumuskan masalah sebagai berikut, yaitu:

1. Apakah leverage berpengaruh terhadap investment Opportunity Set (IOS) pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2015-2018.

2. Apakah corporate social responsibility (CSR) berpengaruh terhadap Investment Opportunity Set (IOS) pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2015-2018.
3. Apakah leverage, dan corporate social responsibility (CSR) secara bersama-sama berpengaruh terhadap Investment Opportunity Set (IOS) pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2015-2018

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji pengaruh leverage terhadap investment opportunity set (IOS) pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2015-2018
2. Untuk menguji pengaruh corporate social responsibility (CSR) terhadap investment opportunity set (IOS) pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2015-2018
3. Untuk menguji pengaruh leverage, dan corporate social responsibility (CSR) secara bersama-sama terhadap investment opportunity set (IOS) pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2015-2018.

F. Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian tentang pengaruh leverage, dan corporate social responsibility terhadap investment opportunity set, maka dari hasil penelitian ini diharapkan memberi manfaat bagi berbagai pihak antara lain:

1. Aspek Teoritis

Dapat memberikan pengetahuan bagi peneliti dan pembaca untuk memperluas wawasan teori mengenai pengaruh leverage, dan corporate social responsibility terhadap investment opportunity set. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi untuk peneliti selanjutnya yang akan meneliti lebih lanjut.

2. Aspek Praktis

- a. Bagi perusahaan, memberikan informasi dan pertimbangan kepada investor sebelum berinvestasi agar resiko yang akan terjadi dapat diminimalisir.
- b. Bagi peneliti, sebagai pengembangan kemampuan dalam bidang penelitian dalam penerapan teori.
- c. Bagi pembaca, sebagai referensi untuk memberikan informasi bagi penelitian sejenis.

BAB II

LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS

A. Landasan Teori

1. Teori Agensi

Teori ini pertama kali dikemukakan oleh Jensen & Meckling (1976) yang mendefinisikan agency relationship sebagai suatu kontrak antara satu orang atau lebih principal yang meminta agent untuk melakukan beberapa pekerjaan yang berhubungan dengan kepentingannya termasuk dalam mendelegasikan beberapa keputusan atau memberikan wewenang kepada agent. Teori agensi menjelaskan hubungan antara pihak manajemen sebagai agent dengan pemilik modal sebagai principal. Pihak manajemen sebagai pengelola perusahaan harus bertanggung jawab kepada pemilik modal karena pemilik modal telah memberikan wewenang kepada manajemen untuk mengambil keputusan yang terbaik demi kemajuan perusahaan yang dikelolanya.

Hubungan keagenan adalah hubungan di antara pihak pengelola perusahaan yang disebut sebagai agent dengan pemilik perusahaan yang disebut principle (Husnan dan Enny, 2015). Masalah keagenan sering terjadi pada setiap perusahaan karena adanya perbedaan kepentingan antara manajer dengan pemegang saham (Puspitasari, 2012) dan mempengaruhi kedua belah pihak ini untuk memaksimalkan kesejahteraan masing-masing (Lestari, 2004). Dalam penelitian Masdupi (2005) dikemukakan beberapa cara yang dapat dilakukan dalam mengurangi masalah keagenan. Pertama, dengan meningkatkan insider ownership. Perusahaan meningkatkan bagian kepemilikan manajemen untuk mensejajarkan kedudukan manajer dengan pemegang saham sehingga bertindak sesuai dengan keinginan pemegang saham. Dengan meningkatkan persentase kepemilikan, manajer menjadi termotivasi

untuk meningkatkan kinerja dan bertanggung jawab meningkatkan kemakmuran pemegang saham.

2. Teori Stakeholders

Teori stakeholders merupakan teori yang dikembangkan oleh Donaldson dan Preston (1995). Teori ini menggambarkan bagaimana manajer perusahaan mengelola atau memenuhi keinginan dari para stakeholder. Teori ini menyatakan bahwa suatu organisasi dalam mengungkapkan informasi terkait dengan intelektual, sosial dan kinerja lingkungan akan memilih untuk bersifat sukarela dimana ketika perusahaan mengungkapkan informasi tak jarang melebihi permintaan wajibnya dalam memenuhi ekspektasi yang diinginkan oleh stakeholder.

Dalam teori ini juga dijelaskan bahwa akuntabilitas organisasi ditekankan jauh melebihi kinerja keuangan. Bagian dari pengungkapan yang sedang berkembang saat ini adalah publikasi terkait dengan CSR. Dengan pengungkapan CSR ini perusahaan dapat lebih lengkap dalam memberikan informasi terkait dengan pengaruh dan dampak aktivitas operasi perusahaan terhadap sosial dan lingkungan (Maspupah, 2014). Ullman (1985) dalam Cecilia et al. (2015) menjelaskan bahwa akibat dari kurangnya perhatian terhadap stakeholder akan menimbulkan dampak berupa rendahnya kinerja sosial perusahaan dan rendahnya tingkat pengungkapan informasi.

3. Teori Signal

Teori Signal (signaling theory) adalah teori yang dikemukakan oleh Ross (1977). Dalam teori ini dikemukakan bahwa eksekutif perusahaan akan memiliki informasi yang lebih baik dan cenderung untuk memberikan informasi tersebut kepada calon investor. Adanya informasi berupa “berita bagus” yang dimiliki perusahaan terkait dengan prospek dimasa yang akan datang diharapkan dapat meningkatkan harga saham

perusahaan. Secara garis besar ketersediaan informasi erat kaitannya dengan signaling theory.

Informasi merupakan alat penting bagi para pebisnis maupun investor, melalui informasi dapat diketahui gambaran mengenai keadaan perusahaan baik saat ini, masa lalu ataupun prospek masa depan perusahaan. Informasi yang relevan, akurat, tepat waktu dan lengkap adalah hal penting yang harus dimiliki investor sebagai alat analisis dalam keputusan investasi. Melalui publikasi informasi atau informasi yang diumumkan di media nantinya akan dijadikan oleh investor sebagai sinyal buruk atau sinyal baik pada upaya keputusan investasi. Reaksi pasar pada saat pengumuman tersebut diterima adalah hal yang diharapkan ketika pengumuman tersebut mengandung sinyal yang baik (Jogiyanto, 2000).

Dalam teori signal, manajer bisa menggunakan hutang lebih banyak sebagai signal yang lebih credible. Karena perusahaan yang meningkatkan hutang bisa dipandang sebagai perusahaan yang yakin dengan prospek perusahaan di masa mendatang. Investor diharapkan akan menangkap signal tersebut, signal bahwa perusahaan mempunyai prospek yang baik.

4. Teori Legitimasi

Teori legitimasi merupakan teori yang dikembangkan oleh Gray et al.(1996). Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan ke depan (Cecilia et al. 2015). Teori legitimasi (legitimacy theory) berfokus pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat teori ini menyatakan bahwa organisasi adalah bagian dari masyarakat sehingga harus memperhatikan norma-norma sosial masyarakat karena kesesuaian dengan norma sosial dapat membuat perusahaan semakin legitimate.

Menurut Dowling dan Pfeffer (1975), legitimasi adalah hal yang penting bagi organisas, batasan-batasan yang ditekankan oleh norma-

norma dan nilai-nilai sosial, dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan.

Ghozali dan Chairi (2007) menyatakan bahwa hal yang mendasari teori legitimasi adalah kontak sosial antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi. Deegandan Tobin (2002) menyatakan bahwa legitimasi perusahaan akan diperoleh, jika terdapat kesamaan antara hasil dengan yang diharapkan oleh masyarakat dari perusahaan, sehingga tidak ada tuntutan dari masyarakat. Perusahaan dapat melakukan pengorbanan sosial sebagai refleksi dari perhatian perusahaan terhadap masyarakat.

5. Leverage

Leverage merupakan penggunaan aset dan sumber dana oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap dengan maksud agar meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham (Sartono, 2008:257). Sedangkan Weston dan Brigham (1993:117) mengatakan rasio leverage mengukur perbandingan dana yang disediakan oleh pemiliknya dengan dana yang dipinjamkan dari kreditor. Dengan demikian, leverage menunjukkan batasan (seberapa besar) pendanaan perusahaan yang dibiayai oleh hutangnya. Debt to Equity Ratio (DER) merupakan salah satu jenis rasio leverage yang sering digunakan dalam mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjangnya.

Menurut Harahap (2009:306), rasio DER merupakan rasio yang mengukur seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh kewajiban atau pihak luar dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh ekuitas. Setiap penggunaan hutang oleh perusahaan akan berpengaruh terhadap rasio dan pengembalian. Menurut Kasmir (2014:157), Debt to Equity Ratio merupakan rasio yang digunakan untuk menilai hutang dengan ekuitas. Rasio ini dihitung dengan cara membandingkan antara seluruh

hutang, termasuk hutang lancar dengan seluruh ekuitas. Rumusan untuk mencari debt to equity ratio dapat digunakan dengan rumus sebagai berikut :

(Kasmir, 2014:158)

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Utang (Debt)}}{\text{Ekuitas (Equity)}}$$

Menurut Kasmir (2008:153) ada 7 tujuan perusahaan dengan menggunakan rasio leverage, yaitu:

1. Untuk mengetahui posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya (kreditor).
2. Untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga).
3. Untuk menilai keseimbangan antara nilai aktiva, khususnya aktiva tetap dengan modal.
4. Untuk menilai seberapa besar pengaruh utang perusahaan terhadap pengelolaan aktiva.
5. Untuk menilai atau mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal itu sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang.
6. Untuk menilai berapa dana pinjaman yang segera akan ditagih, terdapat sekian kalinya modal sendiri yang dimiliki.
7. Tujuan lainnya.

6. Corporate social responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah suatu konsep atau tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai rasa tanggung jawab perusahaan terhadap sosial maupun lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada, seperti melakukan suatu kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar dan menjaga lingkungan, memberikan beasiswa untuk anak tidak mampu di daerah tersebut, dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk membangun desa/fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna

untuk masyarakat banyak, khususnya masyarakat yang berada disekitar perusahaan tersebut.

Corporate social responsibility disclosure diukur dengan angka indeks Corporate social Responsibility Disclosure Indeks (CSRDI) hasil content analysis, berdasarkan indikator GRI (Global Reporting Initiative)G-4 yang terdiri dari 91 item. Indikator GRI dipilih karena merupakan aturan international yang telah diakui oleh perusahaan di dunia. Kast (2003:212) mendefinisikan tanggung jawab sosial (Social Responsibility) sebagai bentuk keterlibatan dari organisasi dalam upaya mengatasi kelaparan dan kemiskinan, mengurangi pengangguran dan tunjangan untuk pendidikan dan kesenian. Hal ini didasari pemikiran bahwa semua organisasi adalah sistem yang bergantung pada lingkungannya dan karena ketergantungan itulah maka suatu organisasi perlu memperhatikan pandangan dan harapan masyarakat.

Sedangkan menurut Suharto (2007:16) menyatakan bahwa CSR merupakan operasi bisnis yang berkomitmen tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara finansial, melainkan pula untuk pembangunan sosial ekonomi kawasan secara holistic, melembaga dan berkelanjutan CSR merupakan sebuah fenomena dan strategi yang digunakan perusahaan untuk mengakomodasi kebutuhan dan kepentingan stakeholdernya.

Djajadiningrat sebagaimana dikutip oleh Rudito (2004:42) menyatakan tujuan dan sasaran dari program CSR secara umum terutama dalam hal pengembangan masyarakat yaitu :

1. Tujuan

- a. Mendukung upaya-upaya yang dilakukan oleh pemerintah daerah terutama pada tingkat desa dan masyarakat untuk meningkatkan kondisi sosial, ekonomi, budaya yang lebih baik di sekitar wilayah kegiatan perusahaan.
- b. Memberikan kesempatan bekerja dan berusaha bagi masyarakat.

- c. Mendorong dan mengembangkan potensi-potensi kewirausahaan yang didasarkan pada sumber daya lokal.
- d. Pengembangan kelembagaan lokal disekitar wilayah operasi perusahaan.

Dalam hal pendanaan kegiatan community development yang merupakan bagian dari CSR, Budimanta didalam Rudito (2004:52) menjelaskan beberapa hal yaitu:

1) Sumber Pendanaan

Setiap usaha pertambangan biasanya mempunyai kebijakan sendiri – sendiri mengenai pendanaan community development. Ada dengan cara menyisihkan dari sebagian laba tahunan, dibebankan pada biaya operasi dan lain sebagainya.

2) Distribusi Pendanaan

Pendistribusian dana sekurang-kurangnya ditentukan berdasarkan kriteria dan indikator sebagai berikut :

- a. Gangguan keamanan.
- b. Kurangnya kreativitas dan inovasi.
- c. Kebijakan pembangunan dari pemerintah daerah.

Sementara itu, seperti yang diungkapkan Susioladi (2008:129) terhadap beberapa kendala atau hambatan yang kerap dihadapi dalam pelaksanaan CSR yaitu:

- a. Gangguan keamanan.
- b. Kurangnya kreativitas dan inovasi.
- b. Timbulnya ketergantungan masyarakat.
- c. Kemungkinan korupsi.
- d. Peraturan yang membingungkan.
- e. Pemerintah masih belum memberikan situasi yang kondusif bagi perusahaan dalam menjalankan program CSR.

7. Investment Opportunity Set (IOS)

Investment Opportunity Set (IOS) merupakan karakteristik penting yang sangat mempengaruhi cara pandang manajer, pemilik, investor dan kreditor terhadap perusahaan (Kallapur dan Trombley, 1999). Tersedianya alternatif investasi di masa mendatang bagi perusahaan ini disebut Set Kesempatan Investasi (Hartono, 1998).

IOS merupakan suatu nilai perusahaan yang besarnya tergantung pada pengeluaran-pengeluaran yang ditetapkan manajemen di masa yang akan datang, dimana pilihan-pilihan investasi yang diharapkan akan menghasilkan return yang lebih besar (Kole, 1991 dalam Gaver dan Gaver). Dengan demikian esensi

Pertumbuhan bagi suatu perusahaan adalah adanya kesempatan investasi yang dapat menghasilkan keuntungan. Realisasi pertumbuhan perusahaan ditunjukkan dalam pertumbuhan nilai buku aktiva dan nilai buku perusahaan. Selain itu, nilai IOS suatu perusahaan juga mempengaruhi keputusan kebijakan perusahaan.

Pengukuran perusahaan yang bertumbuh seringkali dilakukan dengan menggunakan IOS. Ada beberapa proksi IOS yang dapat dikelompokkan menjadi 3 yaitu, 1) proksi berdasarkan harga, 2) proksi berdasarkan investasi, 3) proksi berdasarkan varian (Kallapur dan Trombley, 1999).

Proksi berdasarkan harga meyakini bahwa prospek yang tumbuh dari suatu perusahaan sebagian dinyatakan dalam harga pasar. Perusahaan yang tumbuh akan memiliki nilai pasar yang relative tinggi dibandingkan dengan aktiva nilainya (asset in place). Proksi berdasarkan harga antara lain adalah market to book value of equity ratio (MVE/BE), book to market value of assets ratio (MVA/BVA), property plant and equipment to the book value of equity ratio assets (PPE/BVA), depreciation expense to market value (DEV/MVA), earning to price ratio (E/P).

Proksi berdasarkan investasi meyakini pada gagasan bahwa satu level kegiatan investasi yang tinggi berkaitan secara positif pada nilai IOS suatu

perusahaan. Kegiatan investasi ini diharapkan dapat memberi peluang investasi dimasa mendatang yang makin besar. Sementara itu, proksi berdasarkan varian melandaskan pada gagasan bahwa suatu opsi akan tumbuh lebih bernilai jika menggunakan variabilitas ukuran untuk memperkirakan besarnya opsi yang tumbuh seperti variabilitas return yang mendasari peningkatan aktiva

B. Hubungan Antar Variabel

a. Hubungan Antara Leverage Terhadap Set Kesempatan Investasi (IOS)

Menurut Weston dan Brigham (1993:117) mengatakan rasio leverage adalah mengukur perbandingan dana yang disediakan oleh pemiliknya dengan dana yang di pinjamkan dari kreditor. Jika tingkat pertumbuhan perusahaan tinggi maka kreditor akan bersedia meminjamkan dananya untuk perusahaan dan perusahaan cenderung akan memiliki peluang investasi yang besar.

b. Hubungan Antara Corporate Social Responsibility Terhadap Set Kesempatan Investasi (IOS)

Corporate Social Responsibility adalah suatu konsep atau tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai rasa tanggung jawab perusahaan terhadap sosial maupun lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada. Perusahaan mengungkapkan CSR untuk mendapatkan respon positif dari publik yang akan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan. Dengan meningkatnya nilai perusahaan maka perusahaan akan dapat meningkatkan peluang investasi (IOS).

C. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul	Hasil penelitian
1.	Akhrmad Adi Saputro & Lela Hindasah (2007) Jurnal Akuntansi dan Investasi Vol 8 no. 1, hal 58-71, januari 2007	Pengaruh kebijakan pendanaan, Deviden dan Profitabilitas terhadap Set Kesempatan Investasi (IOS)	<p>Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa pengaruh kebijakan pendanaan yang diperkosikan dengan nilai buku utang terhadap ekuitas, nilai pasar dari utang ke ekuitas untuk set kesempatan investasi secara signifikan negatif. Pengaruh antara kebijakan dividen yang ditunjukkan oleh hasil dividen dan set kesempatan investasi secara signifikan negative, tetapi dividen payout ratio tidak signifikan.</p> <p>Pengaruh dari profitabilitas yang ditunjukkan oleh pengembalian aset terhadap set kesempatan investasi adalah positif signifikan.</p>
2.	Elvia Chandra (2012) Berkala Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Vol 1, No. 1 Januari	Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Investment Opportunity Set Dalam Tahapan Siklus	Hasil pengujian regresi parsial menunjukkan bahwa pada tahap start-up rasio aktivitas hanya berpengaruh signifikan terhadap IOS. Sedangkan pada tahap awal ekspansi likuiditas dan rasio

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul	Hasil penelitian
		Kehidupan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEL) Tahun 2008-2010	aktivitas hanya berpengaruh signifikan terhadap IOS. Pada tahap akhir dari ekspansi, kedewasaan dan penurunan tidak ada rasio keuangan dalam penelitian ini yang secara signifikan mempengaruhi IOS.
3.	Maria Agnes Indri Purnama Sari (2012) Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Vol. 1 No. 2 Maret 2012	Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Investement Opportunity Set Dalam Tahapan Siklus Hidup Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2006-2010	Pembentukan hanya likuiditas dan rasio aktivitas yang berpengaruh pada IOS. Pada tahap ekspansi awal tidak ada rasio yang berpengaruh pada IOS, sedangkan pada tahap ekspansi akhir hanya rasio profitabilitas yang berpengaruh pada IOS. Pada tahap kematangan hanya profitabilitas dan rasio solvabilitas berpengaruh pada IOS. Pada tahap penurunan hanya rasio profitabilitas yang berpengaruh pada IOS.
4.	Reni Yendrawati Feby Rezki Adhianta (2013) Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan	Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap Set Kesempatan Investasi (IOS) Pada Perusahaan	Hasil penelitian menemukan bahwa kebijakan dividen memiliki pengaruh negatif pada set kesempatan investasi, profitabilitas dan aktivitas secara positif terhadap peluang untuk

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul	Hasil penelitian
	Hal 32-41, 1 Januari 2013	Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	menumbuhkan perusahaan.Sedangkan resiko investasi, likuiditas dan rasio solvabilitas tidak mempengaruhi set investasi.

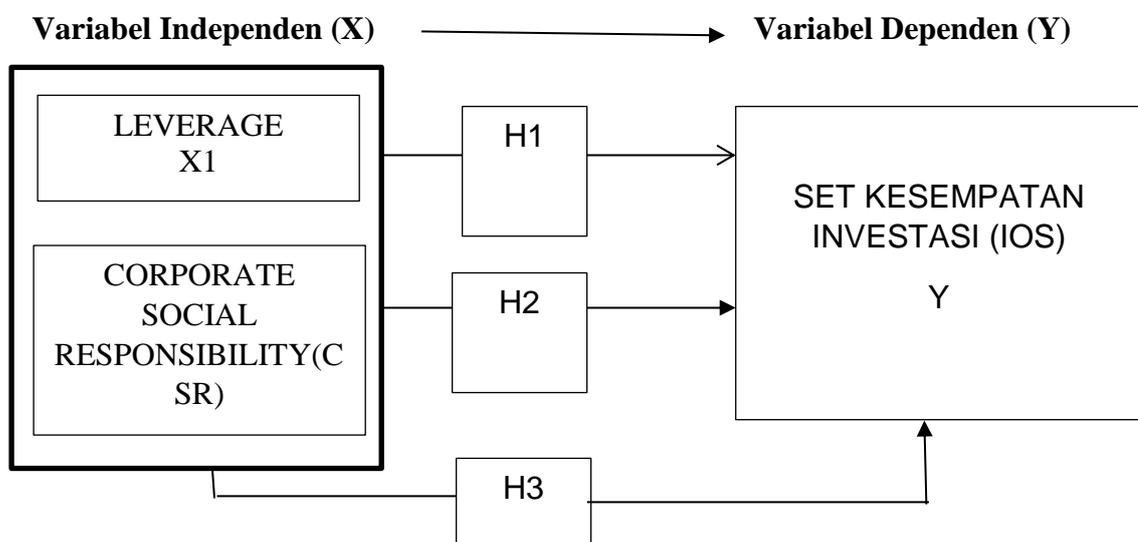
D. Kerangka Pemikiran

Set Kesempatan Investasi (IOS) serta variabel-variabel yang mempengaruhinya merupakan hal yang penting dan menarik untuk diteliti. Penelitian seperti itu akan memberikan gambaran tentang sifat perbedaan tentang cara pandang manajer, pemilik, investor dan kreditor terhadap perusahaan serta dapat memberikan petunjuk tentang kondisi perusahaan. Selain itu, nilai IOS suatu perusahaan juga mempengaruhi keputusan kebijakan perusahaan.

Untuk mengetahui keterkaitan antara tema judul yang dipilih dalam penelitian, ini maka peneliti menggambarkan suatu kerangka pemikiran :

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran Penelitian



E. Perumusan Hipotesis

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini berkaitan dengan ada tidaknya pengaruh yang signifikan dari leverage dan corporate social responsibility terhadap set kesempatan investasi.

a) Pengaruh Leverage terhadap Set kesempatan investasi (IOS)

Leverage menunjukkan seberapa besar ekuitas yang tersedia untuk memberikan jaminan terhadap hutang. Hutang disini meliputi hutang jangka pendek dan hutang jangka panjang. Kondisi hutang atau rasio (DER) perusahaan akan menentukan seberapa besar set kesempatan inventasi (IOS) perusahaan. Jika tingkat pertumbuhan yang besar. Hipotesis ini mendukung teori sinyal (signaling theory), dimana adanya pengeluaran investasi memberikan sinyal positif mengenai pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang, sehingga dapat meningkatkan harga saham yang digunakan sebagai indikator nilai perusahaan (Wahyudi dan Pawestri dalam Heri Setiyo Cahyono dan Ardiani Ika ulistyawati , 2016. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Penggabean dan Suratno (2014), menyatakan bahwa DER berpengaruh signifikan pada IOS. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu yang ada maka hipotesis dapat diajukan bahwa :

H1 : Leverage berpengaruh positif terhadap set kesempatan investasi (IOS).

b) Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Set Kesempatan Investasi (IOS)

CSR merupakan operasi bisnis yang berkomitmen tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara finansial, melainkan pula untuk pembangunan sosial ekonomi kawasan secara holistik, melembaga dan berkelanjutan. CSR merupakan sebuah fenomena dan strategi yang digunakan perusahaan untuk mengakomodasi kebutuhan dan kepentingan stakeholdernya. Pada kondisi seperti ini, maka perusahaan akan melakukan set kesempatan investasi untuk

meningkatkan keuntungan perusahaan. Teori yang digunakan yaitu teori stakeholder, dimana teori stakeholder adalah kelompok/individu mampu memengaruhi atau dipengaruhi tujuan umum (Luh Kadek Githa Bella dan I.G.N. Agung Suaryana, 2017).CSR merupakan bentuk aktivitas perusahaan bertujuan meningkatkan ekonomi, mutu hidup para karyawan dan mutu hidup masyarakat sekitar pada umumnya.

Berdasarkan teori yang ada, maka hipotesis ini dapat diajukan bahwa :

H2 : Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh positif terhadap set kesempatan investasi (IOS).

c) Pengaruh Leverage, Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Set Kesempatan Investasi (IOS)

Untuk mendapatkan adanya bukti pengaruh Leverage, Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Set Kesempatan Investasi (IOS) pada Perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2015-2018, maka hipotesis penelitian diajukan bahwa:

H3 : Leverage, Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh positif terhadap Set Kesempatan Investasi (IOS).

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah tata cara bagaimana suatu penelitian akan dilaksanakan. Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiono, 2011). Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2014:13). Penelitian ini berdasarkan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Pendekatan deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat suatu perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain (Sugiyono, 2012:13). Dalam penelitian ini analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui bagaimana leverage dan corporate social responsibility mempengaruhi set kesempatan investasi (IOS) pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2015-2018. Pendekatan verifikatif menurut Nazir (2011:91) adalah metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan kausalitas antara variabel melalui suatu pengujian hipotesis melalui suatu perhitungan statistic sehingga didapat hasil pembuktian yang menunjukkan hipotesis ditolak atau diterima. Dalam penelitian ini analisis verifikatif digunakan untuk mengetahui pengaruh leverage dan corporate social responsibility (CSR) terhadap set kesempatan investasi (IOS) pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2018.

Jenis penelitian yang digunakan penulis adalah penelitian Kausal Komparatif (Causal-Comparative Research). Penelitian ini merupakan tipe

penelitian dengan karakteristik masalah berupa hubungan sebab akibat dua variabel atau lebih. Penelitian kausal komparatif merupakan tipe penelitian *ex post facto* yaitu tipe penelitian terhadap data yang dikumpulkan setelah terjadinya suatu fakta atau peristiwa. Peneliti dapat mengidentifikasi fakta dan peristiwa tersebut sebagai variabel yang dipengaruhi (variabel dependen) dan melakukan penyelidikan terhadap variabel-variabel yang mempengaruhi (variabel independen).

B. Objek Penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi dapat diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2006:117). Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan industry barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2018.

2. Sampel Penelitian

Teknik pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan metode purposive sampling yaitu pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan subjektif peneliti, dimana ada syarat-syarat yang dibuat sebagai kriteria yang harus dipenuhi (Sugiyono, 2004). Purposive sampling merupakan teknik penentuan sampel yang diambil dan ditentukan sendiri oleh peneliti dan dapat mewakili kriteria yang telah ditentukan. Adapun kriteria sampel yang akan digunakan yaitu :

- a. Perusahaan industry barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2015-2018.
- b. Perusahaan mempublikasikan laporan keuangan selama periode penelitian.
- c. Data perusahaan yang dibutuhkan untuk penelitian tersedia.
- d. Perusahaan yang tidak mengalami kerugian selama periode penelitian.
- e. Laporan keuangan dinyatakan dalam satuan mata uang rupiah.

C. Operasional Variabel

Operasional variabel adalah penguraian variabel penelitian secara operasional, secara praktik, secara nyata dalam lingkup objek penelitian atau objek yang diteliti. Operasional variabel diperlukan guna menentukan jenis dan indikator dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian.

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016:38). Sesuai dengan judul penelitian yang dipilih penulis yaitu “Pengaruh Leverage, dan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Set Kesempatan Investasi (IOS).” Maka penulis mengelompokan variabel penelitian ini menjadi variabel independen (x) dan variabel dependen (y). Adapun penjelasannya sebagai berikut :

1. Variabel Bebas/Independen (X)

Variabel bebas yaitu faktor-faktor yang nantinya akan diukur, dipilih, dan dimanipulasi oleh peneliti untuk melihat hubungan di antara fenomena atau peristiwa yang diteliti atau diamati. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel independen dalam penelitian ini adalah :

a. Leverage

Leverage diukur dengan rasio DER (Hanafi, 2000). DER dapat dikatakan sebagai pinjaman sehingga suatu perusahaan dapat membeli lebih banyak aktiva dibandingkan yang disediakan pemegang saham melalui investasi mereka (Kasmir, 2008). DER menunjukkan seberapa besar ekuitas yang tersedia untuk memberikan jaminan terhadap hutang. Kondisi hutang atau rasio DER perusahaan akan menentukan pilihan perusahaan untuk melakukan set kesempatan investasi. Debt to Equity Ratio (DER) dapat diukur dengan persamaan sebagai berikut :

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Hutang (Debt)}}{\text{Ekuitas (Equity)}}$$

b. Corporate Social Responsibility

CSR merupakan operasi bisnis yang berkomitmen tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara finansial, melainkan pula untuk pembangunan sosial ekonomi kawasan secara holistik, melembaga dan berkelanjutan (Suharto, 2007:16). CSR merupakan sebuah fenomena dan strategi yang digunakan perusahaan untuk mengakomodasi kebutuhan dan kepentingan stakeholdernya. Corporate social responsibility disclosure diukur dengan angka indeks Corporate Social Responsibility Disclosure Index (CSRDI) hasil content analysis, berdasarkan indikator GRI (Global Reporting Initiative)-G4 yang terdiri dari 91 item. GRI-G4 dirancang agar dapat diterapkan secara universal untuk semua organisasi, besar dan kecil, di seluruh dunia. Pengukuran dilakukan berdasarkan indeks hitung melalui pembagian antara jumlah pendapatan bersih perusahaan dengan jumlah item yang diharapkan diungkapkan perusahaan. Rumus perhitungan Corporate Social Responsibility Disclosure Index (CSRDI) adalah sebagai berikut :

$$CSRDI_{ij} = \frac{\sum x_{ij}}{n_j}$$

Keterangan :

$CSRDI_{ij}$ = Corporate Social Responsibility index perusahaan j tahun i

$\sum x_{ij}$ = Jumlah item diungkapkan perusahaan

n_j = Jumlah item perusahaan j 91

2. Variabel Terikat / Dependen (Variabel Y)

Variabel terikat adalah faktor-faktor yang diobservasi dan diukur untuk menentukan adanya pengaruh variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah set kesempatan investasi. Set kesempatan investasi (IOS) digunakan untuk mengukur prospek pertumbuhan perusahaan. Penelitian ini menghitung IOS untuk tahun 2015-2018 dengan menggunakan proksi berbasis harga saham. Bagi para investor, proksi ini menjadi beban pertimbangan dalam penelitian kondisi perusahaan. Proksi berbasis harga saham dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{MVEBVE} = \frac{\text{Jumlah lembar saham beredar} \times \text{harga penutupan}}{\text{Total Ekuitas}}$$

D. Jenis, Sumber, dan Metode Pengumpulan Data

1. Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka (Sugiyono, Statistik untuk Pendidikan, 2010:15). Dalam penelitian ini data kuantitatif yang diperlukan adalah : Leverage, Corporate Social Responsibility (CSR), dan set kesempatan investasi (IOS).

2. Sumber Data

Sumber data merupakan hal yang penting untuk diketahui agar tidak terjadi kesalahan dalam memilih sumber data yang sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah ada. Data sekunder yang diperlukan dalam penelitian ini adalah berupa laporan keuangan tahunan perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek (BEI) periode 2014-2016.

3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi dengan cara menelusuri dan mempelajari catatan-catatan atau dokumen-dokumen perusahaan sesuai dengan data dan informasi yang diperlukan. Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan perusahaan industri barang dan konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2018.

E. Rancangan Analisis

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi data panel (pooled data). Dalam penelitian ini model analisa data yang digunakan adalah

model analisis statistik yang pengolahan datanya menggunakan program Eviews
9.0. Gujarati (2008:213 mengemukakan bahwa data panel merupakan gabungan antara data berkala (time series) dan data individu (Cross Section).

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsi atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, maksimum dan minimum (Wharno, 2011:39), Dalam analisis ini mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel terdiri dari :

- a. Nilai maksimum adalah nilai tertinggi untuk setiap variabel yang diuji.
- b. Nilai minimum adalah nilai terendah untuk setiap variabel yang diuji.
- c. Nilai rata-rata (Mean) adalah suatu nilai yang diperoleh dengan cara membagi seluruh nilai pengamatan dengan banyaknya pengamatan.

Rumus dari mean adalah :

$$ME = \frac{\sum Xi}{n}$$

Keterangan :

n = Jumlah Observasi

$\sum Xi$ = nilai X ke 1 sampai nilai ke n

ME = Mean

d. Median

median adalah salah satu teknik penjelasan kelompok yang didasarkan atas nilai tengah dari kelompok data yang telah disusun urutannya dari yang terkecil sampai dengan yang terbesar. Rumus median adalah sebagai berikut :

$$Med = \frac{X1+X2+X3}{n}$$

Keterangan :

Med = Median

n = banyaknya nilai tengah

X1 = nilai tengah pertama dimana median terletak

X2 = nilai tengah kedua dimana median terletak

X3 = nilai tengah ketiga dimana median terletak

e. Standar Deviasi (Simpangan Baku)

Standar deviasi digunakan untuk menilai rata-rata atau sampel. Setelah rata-rata diketahui maka perlu di tentukan sebaran datanya. Semakin kecil sebarannya berarti nilai datanya semakin lama. Semakin besar nilai sebarannya maka nilai data yang ada semakin bervariasi. Dan jika sebarannya bernilai nol, maka nilai semua datanya adalah sama.

2. Metode Analisis Regresi Data Panel

Pemodelan dengan menggunakan teknik data panel dapat dilakukan dengan menggunakan tiga pendekatan alternatif metode pengolahannya. Pendekatan-pendekatan tersebut yaitu , metode Common Effect (pooled least square), metode ^{Fixed} Effect (FE), dan metode Random Effect (RE) sebagai berikut :

a. Pooled Least Square (PLS)/Common Effect Model (CEM)

Teknik yang paling sama dalam mengestimasi model regresi data panel adalah dengan mengkombinasikan data time series data cross section lalu melakukan pendugaan (pooling). Pada pendekatan ini, digunakan metode OLS untuk mengestimasi model (Sukendar dan Zainal, 2007). Namun metode ini dikatakan tidak realistis karena dalam penggunaannya sering diperoleh nilai intercept yang sama, sehingga tidak efisien digunakan dalam setiap model estimasi. Oleh sebab itu dibuat panel data untuk memudahkan melakukan interpretasi.

b. Fixed Effect Model (FEM)

Fixed effect ini didasarkan perbedaan intersep antara perusahaan namun intersepnya sama antar waktu (Widarjono, 2013:356). Pendekatan model efek tetap, diasumsikan bahwa intersep dan slope (β) dari persamaan regresi (model) dianggap konstan baik antar unit cross section maupun antar unit time series (Sukendar dan Zainal, 2007). Satu cara untuk memperhatikan unit cross section atau unit time series adalah dengan memasukan variabel boneka/semu (dummy variable) untuk mengizinkan terjadinya perbedaan nilai parameter yang berbeda-beda antar unit cross section maupun time series. Oleh karena teknik penggunaan variabel dummy dalam proses regresi, maka FEM bisa juga disebut Least Square Dummy Variables (LSDV). Program Eview 9 dengan sendirinya mengajurkan pemakaian model FEM, namun untuk lebih pastinya penulis menguji lagi dengan menggunakan uji Likelihood Ratio menunjukkan nilai probability Chi Square 0,0000 signifikan yang artinya pengujian dengan model FEM paling baik.

Menurut Gujarati (2008:223) model ini mengasumsikan bahwa terdapat perbedaan antar individu variabel (cross section) dan perbedaan tersebut dapat dilihat melalui perbedaan interceptnya. Keunggulan metode ini adalah dapat membedakan efek individu dan efek waktu dan metode ini tidak perlu menggunakan asumsi bahwa komponen error tidak berkorelasi dengan variabel bebas.

c. Random Effect Model (REM)

Dalam mengestimasi data panel melalui pendekatan FEM, variabel dummy menunjukkan ketidak pastian model yang digunakan. Untuk mengatasi masalah ini, digunakan variabel residual yang dikenal dengan istilah pendekatan Random Effect Model (REM). Dengan metode ini efek spesifik individu variabel merupakan bagian dari error-term. Model ini berasumsi bahwa error term akan selalu ada dan mungkin berkorelasi sepanjang time series dan cross section. Metode ini lebih baik digunakan

pada data panel apabila jumlah individu lebih besar daripada jumlah kurun waktu yang ada. Dengan menggunakan program Eviews terdapat Uji Hausman dan Uji likelihood ratio, yang akan membantu untuk menentukan metode apa yang paling efisien digunakan dari ketiga model persamaan tersebut. Dalam penelitian ini yang akan diuji hanya Uji Hausman.

3. Pemilihan Model Estimasi

Dari ketiga pendekatan model data panel diatas, maka untuk menentukan pendekatan mana yang lebih baik digunakan pengujian F Restricted Test dan Hausman Test. Berikut ini dijelaskan mengenai pengujian F Restricted Test dan Hausman Test tersebut. Secara formal, ada tiga prosedur pengujian kesesuaian model yang akan digunakan untuk memilih model regresi data panel yang terbaik yaitu :

- a. Uji Statistik F yang digunakan untuk memilih antara Common Effect Model (CEM) atau Fixed Effect Model (FEM) atau Chow Test.
- b. Uji Hausman yang digunakan untuk memilih antara Fixed Effect Model (FEM) atau Random Effect Model (REM).
- c. Uji Lagrange Multiplier (LM) yang digunakan untuk memilih antara Common Effect Model (CEM) atau Random Effect Model (REM).

4. Uji Metode Model Estimasi

Untuk menguji persamaan regresi yang diestimasi dapat digunakan pengujian sebagai berikut :

a. Uji F Restricted (Chow Test)

Uji F Restricted digunakan untuk memilih pendekatan terbaik antara model pendekatan Pooled Least Square (PLS) dan Fixed Effect Model (FEM), dengan rumus sebagai berikut (Gujarati, 2008:243)

$$F = \frac{(RSS1 - RSS2)/(N-1)}{(RSS2)/(NT - N - K)}$$

Keterangan :

F = Uji F Restricted

RSS_1 = Residual Sum Square hasil pendugaan model pooled
least square

RSS_2 = Residual Sum Square hasil pendugaan model Fixed
Effect Model

N = Jumlah data cross section

T = Jumlah data tim series

K = Jumlah variabel yang jelas

Hipotesis dalam uji chow adalah :

H0 = Common Effect Model

H1 = Fixed Effect Model

Dengan penolakan terhadap hipotesis diatas adalah dengan membandingkan nilai prob Cross Section F dengan alpha.

Jika Prob Cross-section $F > 0,05$: Terima H0

Jika Prob Cross-section $F > 0,05$: Tolak H0

b. Uji Hausman

Hausman test adalah pengujian statistic untuk memilih data model terbaik antara model pendekatan Fixed Effect Model (FEM) dan Random Effect Model (REM), maka digunakan untuk memilih pendekatan terbaik dengan rumus sebagai berikut (Gurajati, 2008:251)

Hipotesis dalam uji Hausman adalah :

H0 : Random Effect Model (REM)

H1 : Fixed Effect Model (FEM)

Dengan kriteria pengajuan hipotesis :

Jika Prob Cross-section Random $> 0,05$: Terima H0

Jika Prob Cross-section $F < 0,05$: Tolak H0

c. Uji lagrange Multiplier (LM)

Lagrange Multiplier (LM) adalah uji untuk mengetahui apakah Random Effect Model lebih baik daripada Common Effect Model (OLS) yang paling tepat digunakan. Uji signifikan Random Effect ini dikembangkan oleh Breusch pagan. Metode Breusch pagan untuk uji signifikan Random Effect didasarkan pada nilai residual dari metode OLS. Adapun nilai statistic LM dihitung berdasarkan formula sebagai berikut :

$$LM = \frac{nT}{2(T-1)} \left[\frac{\sum_{i=1}^n (T \tilde{e}_{1i})}{\sum_{i=1}^n \sum_{t=1}^n \tilde{e}_{it}^2} - 1 \right]$$

Keterangan :

n = Jumlah individu

T = Jumlah periode waktu

E = Residual metode Common Effect (OLS)

Hipotesis yang digunakan adalah :

H0 : Common Effect Model

H1 : Random Effect Model

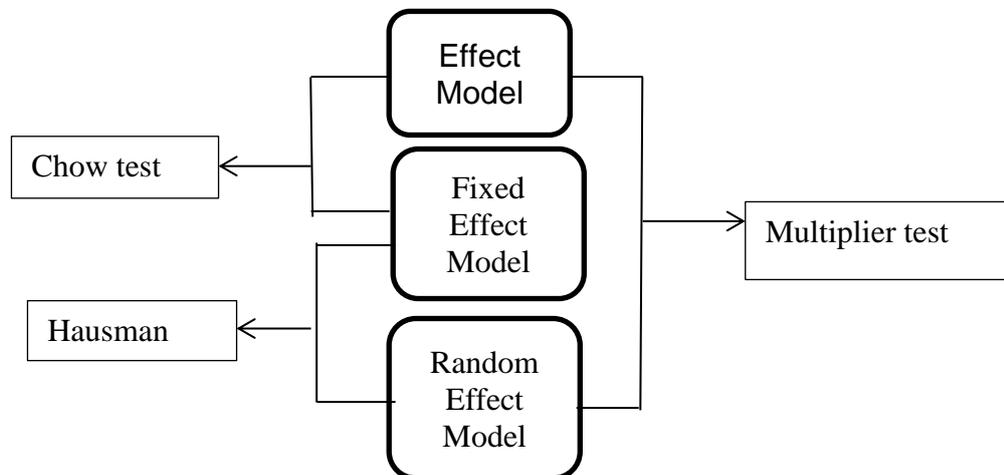
Dasar penolakan terhadap hipotesis diatas adalah dengan membandingkan nilai prob cross section random dengan alpha

Jika Prob Cross-section Random > 0,05 : Terima H0

Jika Prob Cross-section Random < 0,05 : Tolak H0

Gambar 3.1

Penentuan Model



5. Uji Asumsi Klasik

Menurut Gujarti (2008:623) dalam menganalisis regresi linear berganda untuk menghindari penyimpangan asumsi klasik perlu dilakukan beberapa uji antara lain :

a. Uji Nominalitas Data

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi berganda, variabel bebas dan terikat akan berdistribusi secara normal atau tidak. Dalam penelitian ini dilakukan dengan metode Jarque-Bera (J-B). Dapat dikatakan data berdistribusi normal jika probabilitas statistic sama dengan nol atau mendekati nol dapat dikatakan data tersebut berdistribusi secara normal dengan menggunakan program Eviews dapat diperoleh nilai dari Jarque-Bera (J-B).

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model panel variabel-variabelnya berdistribusi normal atau tidak.

Hipotesis yang digunakan adalah :

H₀ : data terdistribusikan normal

H_a : data tidak terdistribusi normal

Dasar untuk pengembalian keputusannya adalah ssebagai berikut :

- Jika nilai probability > 0,05, maka H₀ diterima dan berarti bahwa data terdistribusi normal
- Jika nilai probability < 0,05, maka H_a ditolak dan berarti bahwa data tidak terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi yang terbentuk ada korelasi yang tinggi atau sempurna diantara variabel bebas. Multikolinearitas adalah hubungan linear antar variabel independen dalam regresi berganda.

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Metode untuk mendeteksi ada atau tidaknya masalah multikolinearitas dapat melihat-lihat matriks korelasi dari variabel bebas,

Jika terjadi koefisien korelasi lebih dari 0,80 maka terdapat multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Kebanyakan data cross section mengandung Heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, besar). Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji Glejser sebagai berikut :

1. Apabila koefisien parameter beta dari persamaan regresi signifikan statistik, yang berarti data empiris yang diestimasi terdapat heteroskedastisitas.
2. Apabila probabilitas nilai test tidak signifikan statistik, maka berarti data empiris yang diestimasi tidak terdapat heteroskedastisitas.

Hipotesis dalam Uji Glejser.

H₀ : Tidak ada masalah heteroskedastisitas.

H₁ : Ada masalah heteroskedastisitas.

Dasar penolakan terhadap hipotesis diatas adalah dengan membandingkan nilai prob masing-masing variabel independen dengan alpha.

Jika Prob > 0,05 : Terima H₀

Jika Prob < 0,05 : Tolak H₀

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah ada korelasi antar anggota serangkaian data observasi yang diurutkan menurut waktu atau

ruang. Tujuan melakukan uji autokorelasi untuk mendekteksi autokorelasim dapat dilakukan uji statistik melalui uji Durbin-Watson (DW test). Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

Tabel 3.1
Interpretasi Uji Autokorelasi

$0 < DW < dL$	Tidak ada autokorelasi positif
$dL < DW < Du$	Tidak ada autokorelasi positif
$4-dL < DW < 4$	Tidak ada autokorelasi negative
$4-dU < DW < 4$	Tidak ada autokorelasi negative
$dU < DW < 4-dU$	Tidak ada autokorelasi positif maupun negative

6. Uji Hipotesis

a. Analisis Korelasi

Koefisien Korelasi (r) digunakan untuk menghitung seberapa kuat hubungan antara Leverage, Corporate Social Responsibility terhadap Set Kesempatan Investasi. Arah hubungan dinyatakan dalam bentuk hubungan positif atau negative, sedangkan kuatnya hubungan dinyatakan dalam besarnya koefisien korelasi. Tujuan utama analisis regresi adalah untuk membuat perkiraan nilai suatu variabel yang lain berhubungan dengannya jika variabel independen salah ditentukan.

Nilai koefisien korelasi terdapat batasan, yaitu :

- 1) $-1 \leq r \leq 1$, jika harga $r = 1$ atau mendekati 1 maka suatu variabel kuat sekali atau cukup kuat dan mempunyai hubungan korelasi positif antara variabel X dan variabel Y.
- 2) $r = 0$, maka hubungan antara variabel X dan variabel Y sangat lemah atau tidak ada hubungan sama sekali.

Tabel 3.2
Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,19	Sangat Lemah
0,20 – 0,39	Lemah
0,40 – 0,59	Sedang
0,60 – 0,79	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat Kuat

b. Uji Regresi Berganda

Hipotesis penelitian akan diuji dengan analisis regresi berganda (multiple regression analysis). Pada dasarnya merupakan eksistensi dari model regresi dalam analisis bivariate yang umumnya digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen dengan skala pengukuran variabel atau rasio dalam suatu persamaan linear. Pengaruh variabel independen dalam analisis regresi berganda dapat diukur secara parsial ditunjukkan oleh coefficient of partial regression dan secara bersama-sama ditunjukkan dalam coefficient of multiole determinant. Untuk pengujian statistik, persamaan Regresi Determinan Integritas Laporan Keuangan adalah sebagai berikut :

$$Y_1 = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Y_1 = Set Kesempatan Investasi

X_1 = Leverage

X_2 = Corporate Social Responsibility

α = Konstanta

$b_1..b_2$ = Koefisien regresi masing-masing variabel

e = Error atau tingkat kesalahan

c. Uji Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk menguji secara statistik apakah setiap koefisien parameter memenuhi kriteria uji atau tidak dan dapat dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} . Adapun rumus untuk mendapatkan t_{hitung} adalah sebagai berikut (Gujarati, 2008) :

$$t_{hitung} = \frac{\beta_i - \beta_i^*}{SE(\beta_i)}$$

keterangan :

β_i = parameter yang diestimasi

β_i^* = Nilai hipotesis dari β_i ($H_0: \beta_i^* = 0$)

Hipotesis dalam Uji Parsial (Uji t) :

H_0 : Variabel independen tidak mempengaruhi variable dependen secara signifikan

H_1 : Variabel independen mempengaruhi varaibel dependen secara signifikan

Pada tingkat signifikansi 5% dengan kriteria pengujian yang digunakan sebagai berikut :

1. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang artinya salah satu variabel bebas (independen) tidak mempengaruhi variabel terkait (dependen) secara signifikan
2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya salah satu variabel bebas (independen) mempengaruhi variabel terikat (dependen) secara signifikan.
3. Berdasarkan probabilitas, H_1 akan diterima jika nilai probabilitasnya kurang dari 0,05 (α).
4. Menentukan variabel independen mana yang mempunyai pengaruh dominan terhadap variabel dependen, hubungan ini dapat dilihat dari koefisien regresinya.

d. Uji Simultan (Uji F)

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan syarat $F_{hitung} \geq F_{tabel}$: H_0 ditolak, berarti H_1 diterima, yang artinya variabel independen secara serentak atau bersama-sama mempengaruhi variabel-variabel dependen secara signifikan. Dan apabila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$: H_0 diterima, berarti H_1 ditolak, yang artinya variabel independen secara serentak atau bersama-sama tidak mempengaruhi

variabel-variabel dependen secara signifikan. Adapun rumus untuk mendapatkan F_{hitung} yaitu :

$$F_{hitung} = \frac{R^2 / (K-1)}{1-R^2 / (N-1)}$$

Keterangan :

K = Jumlah parameter yang diestimasi konstanta

N = Jumlah observasi

e. Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa besar variasi variabel independen dapat menjelaskan variabel independen. Kelemahan mendasar penggunaan determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Setiap tambahan variabel independen, maka nilai R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen atau tidak, oleh karena itu banyak peneliti mengajurkan untuk menggunakan nilai *adjusted R^2 ”, nilai adjusted R^2 dapat naik atau turun berdasarkan signifikansi variabel independen.

Rumus koefisien determinasi atau koefisien penentu (KP) dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = Koefisien determinan

r = Koefisien korelasi.

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Deskriptif Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Penelitian ini menggunakan populasi yang berjumlah 40 perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2015-2018.

2. Sampel

Sampel dalam penelitian ini dipilih dengan menggunakan metode purposive sampling. Berdasarkan syarat kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel, diperoleh sebanyak 16 perusahaan yang layak dijadikan sampel.

Data diperoleh dengan mengunduh data laporan keuangan perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari situs www.idx.co.id penelitian ini memfokuskan pada pengaruh leverage dan CSR terhadap kesempatan investasi. Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan tahap prosedur pemilihan perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang akan dijadikan sampel berdasarkan kriteria yang ditentukan.

Tabel 4.1
Prosedur Pemilihan Sampel

No.	Kriteria	Jumlah Perusahaan
1.	Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2018	40
2.	Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang tidak menerbitkan dan mempublikasikan laporan keuangan dan laporan tahunan lengkap per 31 Desember yang telah diaudit selama periode penelitian, yaitu 2015-2018.	20
3.	Perusahaan yang mengalami kerugian selama periode penelitian, yaitu 2015-2018.	4
4	Laporan keuangan yang tidak dinyatakan dalam satuan mata uang rupiah	0
5	Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terpilih menjadi sampel.	16
6	Tahun pengamatan	4 tahun

Berdasarkan kriteria pemilihan sampel yang telah ditentukan, maka terpilih 16 perusahaan yang dapat dijadikan sampel dalam penelitian ini dari tahun 2015 sampai 2018. Dan tahun pengamatan dalam penelitian ini selama 4 tahun. Sehingga total observasi dalam penelitian ini terpilih $16 \times 4 = 64$. Adapun nama – nama perusahaan berdasarkan kriteria diatas yaitu :

Tabel 4.2
Sampel Perusahaan

NO.	KODE PERUSAHAAN	NAMA PERUSAHAAN
1	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk, PT
2	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk, PT (d.h Cahaya Kalbar Tbk, PT)
3	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk, PT
4	MYOR	Mayora Indah Tbk, PT
5	ROTI	Nippon Indosari Corporindo Tbk, PT
6	SKLT	Sekar Laut Tbk, PT
7	STTP	Siantar Top Tbk, PT
8	ULTJ	Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk, PT
9	GGRM	Gudang Garam Tbk
10	HMSP	Handjaya Mandala Sompoerna Tbk
11	DVLA	Darya Varia Laboratoria Tbk
12	KLBF	Kalbe Farma Tbk
13	KINO	Kino Indonesia Tbk
14	UNVR	Unilever Indonesia Tbk
15	CINT	Chitose Internatonal Tbk, PT
16	WOOD	Integra Indocabinet Tbk, PT

Sumber : www.idx.co.id Data diolah oleh penulis.

B. Deskripsi Operasional Variabel Penelitian

Variabel penelitian ini terdiri dari variabel independen yang digunakan adalah Leverage dan Corporate Social Responsibility. Sedangkan variabel dependen yaitu Set Kesempatan Investasi (IOS). Adapun data hasil penelitian adalah sebagai berikut :

a. Variabel Independen

1) Leverage

Leverage diukur dengan rasio DER (Hanafi, 2000). DER menunjukkan seberapa besar ekuitas yang tersedia untuk memberikan jaminan terhadap hutang. Debt to Equity Ratio (DER) dapat diukur dengan persamaan sebagai berikut :

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Hutang (Debt)}}{\text{Ekuitas (Equity)}}$$

2) Corporate Social Responsibility (CSR)

CSR merupakan operasi bisnis yang berkomitmen tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara financial, melainkan pula untuk pembangunan sosial ekonomi kawasan secara holistic, melembaga dan berkelanjutan (Suharto, 2007:16). Rumus perhitungan CSRI adalah sebagai berikut :

$$\text{CSRI}_{ij} = \frac{\sum x_{ij}}{n_j}$$

b. Variabel Dependen

1. Set Kesempatan Investasi

Variabel dependen disebut sebagai variabel terikat (Y), variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Set Kesempatan Investasi (IOS). Set kesempatan investasi (IOS) digunakan untuk mengukur prospek pertumbuhan perusahaan. Penelitian ini menghitung IOS untuk tahun 2015-2018 dengan menggunakan proksi berbasis harga saham. Bagi para investor, proksi ini menjadi bahan pertimbangan

dalam penilaian kondisi perusahaan. Proksi berbasis harga dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$MVEBVE = \frac{\text{Jumlah lembar saham beredar} \times \text{Harga penutupan}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Tabel 4.3

Deskripsi Operasional Variabel Penelitian

No	Variabel	Definisi Variabel	Rumus
1	Leverage X1	Leverage diukur dengan rasio DER. DER menunjukkan seberapa besar ekuitas yang tersedia untuk memberikan jaminan terhadap hutang.	$\frac{\text{Total hutang (Debt)}}{\text{Ekuitas (Equity)}}$
2	Corporate Social Responsibility X2	Pengukuran dilakukan berdasarkan indeks hitung melalui pembagian antara jumlah item pengungkapan perusahaan	$\frac{\sum x_{ij}}{n_j}$

No	Variabel	Definisi Variabel	Rumus
		dengan jumlah item yang diharapkan diungkapkan perusahaan.	
3	Set Kesempatan Investasi (IOS) Y	Set kesempatan investasi (IOS) digunakan untuk mengukur prospek pertumbuhan perusahaan. Penelitian ini menghitung IOS dengan menggunakan proksi berbasis harga saham.	$\frac{\text{Jumlah lembar saham beredar} \times \text{harga penutupan saham}}{\text{Total Ekuitas}}$

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh hasil leverage, corporate social responsibility dan IOS sebagai berikut :

Tabel 4.4
Data Hasil Leverage Periode 2015-2018

No.	Kode Perusahaan	Periode			
		2015	2016	2017	2018
1	ICBP	-0,47	-0,57	-0,58	-0,66
2	CEKA	0,27	-0,50	-0,61	-1,62
3	INDF	0,12	-0,13	-0,13	-0,06
4	MYOR	0,16	0,06	0,02	0,057
5	ROTI	0,24	0,12	-0,48	-0,76
6	SKLT	0,39	-0,08	0,06	0,18
7	STTP	-0,10	0,15	-0,36	-0,51
8	ULTJ	-1,32	-1,53	-1,45	-1,81
9	GGRM	-0,39	-0,52	-0,54	-0,63
10	HMSP	-1,67	-1,41	-1,32	-1,14
11	DVLA	-0,88	-0,87	-0,75	-0,91
12	KLBF	-1,37	-1,50	-1,63	-1,67
13	KINO	-0,21	-0,38	-0,55	-0,44
14	UNVR	0,81	0,93	0,97	0,45
15	CINT	-1,53	-1,49	-1,39	-1,33
16	WOOD	0,61	0,14	0,009	-0,13

Tabel 4.5**Data Hasil Corporate Social Responsibility (CSR) periode 2015-2018**

No.	Kode Perusahaan	Periode			
		2015	2016	2017	2018
1	ICBP	-1,51	-1,56	-1,37	-1,41
2	CEKA	-2,90	-2,31	-1,73	-2,71
3	INDF	-1,46	-1,41	-0,70	-0,59
4	MYOR	-3,12	-1,94	-2,02	-1,94
5	ROTI	-0,92	-0,72	-0,77	-0,72
6	SKLT	-2,43	-2,56	-2,02	-1,94
7	STTP	-2,56	-2,71	-2,56	-3,12
8	ULTJ	-2,71	-3,12	-2,56	-3,12
9	GGRM	-2,71	-2,20	-2,11	-2,02
10	HMSP	-1,94	-2,43	-2,31	-1,80
11	DVLA	-3,12	-2,90	-2,90	-2,31
12	KLBF	-2,31	-2,71	-1,14	-0,66
13	KINO	-1,87	-1,51	-1,94	-1,87
14	UNVR	-1,33	-0,77	-0,89	-1,07
15	CINT	-3,12	-2,90	-2,90	-2,56
16	WOOD	-2,90	-2,90	-3,41	-2,71

Tabel 4.6
Data Hasil IOS periode 2015-2018

No.	Kode Perusahaan	Periode			
		2015	2016	2017	2018
1	ICBP	15,38	15,50	15,43	15,30
2	CEKA	-0,46	-0,10	-0,15	-0,43
3	INDF	13,86	14,27	14,15	13,92
4	MYOR	1,65	1,76	1,83	2,00
5	ROTI	1,68	1,84	1,01	0,73
6	SKLT	0,51	-0,33	0,90	1,08
7	STTP	1,36	1,27	1,31	1,09
8	ULTJ	1,40	1,33	15,09	14,88
9	GGRM	14,83	14,94	15,08	14,94
10	HMSP	16,43	16,38	16,52	16,34
11	DVLA	7,31	7,50	7,58	7,50
12	KLBF	1,73	1,74	1,74	1,35
13	KINO	1,12	0,79	0,32	0,03
14	UNVR	17,88	17,95	18,13	17,60
15	CINT	0,07	-0,03	-0,14	-0,24
16	WOOD	-3,59	-1,05	-0,25	0,47

C. Deskripsi Data Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu sumber data yang diperoleh penulis secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari laporan keuangan dan laporan tahunan dari Bursa Efek Indonesia (BEI).

D. Analisis

1. Analisis Statistik Deskriptif

Pada penelitian ini analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai data yang digunakan dalam penelitian. Gambaran umum berupa nilai rata-rata, standar deviasi, nilai minimum, nilai maksimum dan median dari setiap variabel yang digunakan. Pada tabel ditampilkan hasil statistik deskriptif untuk data penilaian.

Tabel 4.7

Hasil Uji Statistik Deskriptif

	LN_IOS	LN_LEV	LN_CSR
Mean	6.254409	-0.514285	-2.065026
Median	1.736460	-0.492070	-2.069455
Maximum	18.13590	0.976276	-0.598840
Minimum	-3.590590	-1.810670	-3.412250
Std. Dev.	7.155180	0.719757	0.804320
Skewness	0.525345	-0.061857	0.304400
Kurtosis	1.483717	2.160963	1.855039
Jarque-Bera	9.074833	1.918103	4.484197
Probability	0.010701	0.383256	0.106235
Sum	400.2822	-32.91426	-132.1616
Sum Sq. Dev.	3225.385	32.63717	40.75660
Observations	64	64	64

(Sumber. Hasil Pengolahan Eviews 9.0)

Statistik deskriptif diatas memberikan gambaran atau deskripsi suatu data. Dalam statistik deskriptif berisi tentang jumlah sampel yang diteliti, nilai

mean, median, maksimum, minimum standar deviasi. Berdasarkan table nilai observation menunjukkan banyaknya data yang digunakan dalam penelitian yaitu sebanyak 64 data, yang merupakan jumlah sampel selama periode penelitian 2015 sampai dengan 2018. Data-data laporan keuangan perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Tabel diatas menunjukkan nilai rata-rata variabel Y sebesar 6.254409 dengan standar devisi sebesar 7.155180, nilai minimum sebesar -3.590590 dan maksimum sebesar 18.13590. Variabel X1 menunjukkan nilai rata-rata sebesar -0.514285 dengan standar devisi sebesar 0.719757, nilai minimum sebesar -1.810670 dan nilai maksimum sebesar -0.976276. Sedangkan variabel X2 nilai rata-rata sebesar 2.065026 dengan standar devisi sebesar 0.804320, nilai minimum sebesar -3.412250 dan nilai maksimum sebesar -0.598840.

B. Metode Analisis Regresi Data Panel

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan perusahaan manufaktur sektor industri barangkonsumsi, tahun pengamatan penelitian pada tahun 2015 sampai 2018. Penelitian ini berusaha untuk melihat pengaruh dari variable independen, yaitu Leverage dan Corporate Social Responsibility perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2018. Berdasarkan data yang diperoleh dari BEI melalui situsnya www.idx.co.id seleksi berdasarkan kriteia yang telah di tetapkan maka diperoleh sampai akhir sebanyak 16 perusahaan. Penentuan sampel menggunakan metode purposive sampling dengan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya pada Bab III.

3. Pemilihan Uji Model Estimasi

Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengolahan data menggunakan regresi data panel dengan alternative 3 metode, yaitu metode kuadrat terkecil (common effect), metode efek tetap (fixed effect), dan

metode effect acak (random effect). Hal pertama yang harus dilakukan adalah menguji metode manakah yang paling tepat digunakan . pengujian akan dilakukan untuk menguji spesifikasi model dan kesesuaian teori –teori dengan kenyataan. Pengolahan data dilakukan secara elektronik dengan menggunakan perangkat lunak Eviews 9.0. diperoleh hasil berikut :

a. Uji Chow

Uji chow dilakukan untuk mengetahui apakah model yang digunakan common effect (pooled least square) atau fixed ffect. Uji chow dilakukan dalam pengujian data panel dengan memilih fixed effect pada cross section panel option dengan ketentuan sebagai berikut :

- a) Jika probabilitas $> 0,05$, maka kita menerima H_0 , berarti menggunakan pendekatan common effect (pool least square).
- b) Tetapi jika probabilitas $< 0,05$, maka H_0 ditolak, dan menerima H_1 , berarti menggunakan pendekatan Fixed Effect.

Tabel 4.8
Chow Test

Redundant Fixed Effect Tests
Equation: CHOW
Test cross-section fixed effects

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	52.533786	(15,46)	0.0000
Cross-section Chi-square	185.446410	15	0.0000

(Sumber: Hasil Pengolahan Eviews 9.0)

Pada tabel dapat dilihat hasil Uji Chow bahwa nilai probabilitas (Prob) cross section F adalah $0.0000 < 0.05$ (ditentukan diawal sebagai tingkat signifikan atau alpha), maka H_0 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model Fixed Effect (FE) lebih tepat dibandingkan dengan model Common Effect (CE).

b. Uji Hausman

Sesuai yang dikatakan oleh Gujarati, apabila data cross section (N) lebih bebas dari jumlah data time series (T) maka digunakan metode random effect dalam pengolahannya. Uji Hausman digunakan untuk menentukan apakah model yang paling tepat digunakan adalah model random effect atau model fixed effect. Dalam penelitian ini uji hausman dilakukan dalam pengujian data panel dengan memilih random effect pada cross section panel option, dengan ketentuan sebagai berikut :

- a) Jika probabilitas >0.05 maka kita menerima H_0 , berarti menggunakan pendekatan random effect.
- b) Tetapi jika probabilitas $< 0,05$, maka H_0 ditolak, dan menggunakan H_1 , berarti menggunakan pendekatan Fixed Effect.

Tabel 4.9

Hausman Test

Correlated Random Effects - Hausman Test

Equation: HAUSMAN

Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	7.868363	2	0.0196

(Sumber : Hasil Pengolahan Eviews 9.0)

Pada tabel dapat dilihat hasil Uji Hausman bahwa nilai probabilitas (Prob) cross section F adalah $0.0196 < 0.05$ (ditentukan diawal sebagai tingkat signifikan atau alpha), maka H_1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model Fixed Effect (FE) lebih teapat dibandingkan dengan model Random Effect (RE).

c. Kesimpulan Model

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan, maka dapat disimpulkan :

Tabel 4.10
Hasil Kesimpulan Pengujian

No	Metode	Pengujian	Hasil
1	Chow Test	Common Effect vs Fixed Effect	Fixed Effect
2	Hausman Test	Fixed Effect vs Random Effect	Fixed Effect

Hasil pengujian model regresi data panel atas kedua model data panel, tujuannya untuk memperkuat kesimpulan pengujian berpasangan, yang merekomendasikan penggunaan model fixed effect yang akan dianalisis lebih lanjut dalam penelitian ini.

Uji Lagrange Multiplier tidak perlu dilakukan karena pada Uji Chow, Fixed Effect Model (FEM) yang terpilih.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heterokedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dan residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Syarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heterokedastisitas. Dalam penelitian ini pengujian heterokedastisitas yang digunakan adalah Uji Glejser. Berikut ini merupakan uji heterokedastisitas yang dilakukan peneliti:

Tabel 4.11
Hasil Uji Heterokedastisitas

Heteroskedasticity Test: Glejser

F-statistic	2.764065	Prob. F(2,61)	0.0709
Obs*R-squared	5.318055	Prob. Chi-Square(2)	0.0700
Scaled explained SS	4.957328	Prob. Chi-Square(2)	0.0839

Test Equation:

Dependent Variable: ARESID

Method: Least Squares

Date: 02/12/20 Time: 16:47

Sample: 1 64

Included observations: 64

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	6.484822	1.184679	5.473906	0.0000
LEV	1.141667	0.588128	1.941189	0.0569
CSR	0.627027	0.526294	1.191400	0.2381

R-squared	0.083095	Mean dependent var	4.602852
Adjusted R-squared	0.053032	S.D. dependent var	3.444701
S.E. of regression	3.352117	Akaike info criterion	5.302802
Sum squared resid	685.4381	Schwarz criterion	5.404000
Log likelihood	-166.6897	Hannan-Quinn criter.	5.342669
F-statistic	2.764065	Durbin-Watson stat	2.028247
Prob(F-statistic)	0.070941		

(Sumber : Hasil Pengolahan Eviews 9.0)

Dari hasil Uji Glejser diatas dapat disimpulkan bahwa HO diterima, karena hasil probabilitas setiap variabel independen lebih besar dari >0.05 dengan probabilitas jumlah leverage 0.0569, dan CSR sebesar 0.2381.

5. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Data Panel

Estimasi model/persamaan (Equation Estimation) digunakan untuk melakukan analisa empiric yang tidak mungkin dilakukan jika hanya menggunakan data time series dan cross section maka panel data ini memiliki beberapa keunggulan. Dari hasil pemilihan uji metode estimasi diatas, maka berikut ini merupakan hasil terbaik dari estimasi model regresi panel data fixed effect model (FEM):

Tabel 4.12
Model Fixed Effect

Dependent Variable: IOS

Method: Panel Least Squares

Date: 02/12/20 Time: 16:31

Sample: 2015 2018

Periods included: 4

Cross-sections included: 16

Total panel (balanced) observations: 64

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	9.888000	0.972885	10.16359	0.0000
LEV	3.884634	0.541735	7.170729	0.0000
CSR	0.792136	0.378940	2.090396	0.0421

Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)

R-squared	0.971989	Mean dependent var	6.254409
Adjusted R-squared	0.961637	S.D. dependent var	7.155180
S.E. of regression	1.401455	Akaike info criterion	3.745158
Sum squared resid	90.34756	Schwarz criterion	4.352344
Log likelihood	-101.8451	Hannan-Quinn criter.	3.984359
F-statistic	93.89345	Durbin-Watson stat	1.820179
Prob(F-statistic)	0.000000		

(Sumber : Hasil Pengolahan Eviews 9.0)

Berdasarkan hasil regresi dengan menggunakan Fixed Effect (FE) diatas, dapat dianalisis variabel independen terlihat :

1. Koefisien regresi konstanta sebesar 9.888000, nilai t-statistic sebesar 10.16359 dengan probabilitas sebesar $0.0000 < 0.05$
2. Koefisien regresi konstanta variabel leverage sebesar 3.884634, nilai t-statistic sebesar 7.170729 dengan probabilitas sebesar $0.0000 < 0.05$. artinya variabel leverage berpengaruh positif terhadap set kesempatan investasi (IOS) dan signifikan pada tingkat $\alpha = 5\%$
3. Koefisien regresi konstanta variabel CSR sebesar 0.792136, nilai t-statistic sebesar 2.090396 dengan probabilitas sebesar $0.0421 < 0.05$. artinya variabel CSR berpengaruh positif terhadap set kesempatan investasi (IOS) dan signifikan pada tingkat $\alpha = 5\%$
4. Persamaan regresi yang diestimasi secara simultan dilakukan pengujian dengan uji F diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 93.89345 artinya secara simultan model ini signifikan dengan probability statistik $0.000000 < 0.05$, dengan nilai R^2 sebesar 0.971989 dan adjusted R-squared sebesar 0.961637.

Berdasarkan tabel dapat dilihat hasil regresi menggunakan Fixed Effect Model (FEM) dapat diinformasikan hasil persamaan Determinan Investment Opportunity Set (IOS) sebagai berikut :

$$IOS = 9.888000 \alpha + 3.884634 Lv + 0.792136 Csr + \epsilon$$

Persamaan Fixed Effect Model menunjukkan bahwa masing-masing variable Leverage (Lv) dan (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Set Kesempatan Investasi (IOS).Dapat disimpulkan persamaan ini dapat digunakan untuk mengestimasi Set Kesempatan Investasi (IOS).

a. Analisis Regresi Data Panel Secara Bersama-sama

Berdasarkan uji koefisien regresi data panel model efek tetap secara parsial menggunakan uji-t menyimpulkan bahwa kedua variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini mempengaruhi IOS secara signifikan. Sementara pengujian persamaan untuk keseluruhan variabel bebas yang dimasukkan dalam model penelitian menggunakan uji-F. Hasil uji F seperti yang terlihat dalam tabel 4. Menunjukkan nilai F-statistic sebesar 93.89345 Dengan nilai probabilitasnya signifikansi sebesar $0.000000 < \alpha = 0.05$. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas yang terdiri dari Leverage dan Corporate Social Responsibility secara bersama-sama mempengaruhi IOS.

Untuk koefisien determinasi (R^2) menunjukkan angka sebesar 0.961637, yang berarti bahwa variabel perubahan naik turunnya IOS dapat dijelaskan di leverage dan CSR sebesar 82.85% sementara sisanya, yaitu sebesar 17.15% dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lain diluar model penelitian ini.

6. Interpretasi dan Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan pengujian hipotesis yang dilakukan dengan menggunakan variabel independen Leverage, dan Corporate Social Responsibility (CSR) menggunakan program Eviews dan menggunakan data panel maka dapat ditentukan bahwa model yang terbaik adalah Fixed Effect Model (FEM). Pembahasan hasil penelitian terhadap masing-masing variabel secara parsial maupun simultan dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Pengaruh Leverage Terhadap Set Kesempatan Investasi (IOS) secara Parsial

Berdasarkan hasil uji pengaruh secara parsial (uji t) dapat diketahui bahwa signifikansi variabel Leverage sebesar $0.0000 < 0.05$ dengan t_{hitung} sebesar 7.170729 dan t_{tabel} sebesar 1.998 atau ($7.170729 > 1.998$), maka H_1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Leverage berpengaruh secara parsial terhadap Set Kesempatan Investasi (IOS). Hasil penelitian tersebut selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Panggabean dan Suratno (2014). Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat Brigham dan Houston

(2001) dalam Panggabean dan Suratno (2014), bahwa peningkatan hutang diartikan oleh pihak luar tentang kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban di masa yang akan datang atau adanya risiko bisnis yang rendah, hal tersebut akan direspon secara positif oleh pasar. Dan mendukung teori sinyal (signaling theory), dimana adanya pengeluaran investasi memberikan sinyal positif mengenai pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan datang, sehingga dapat meningkatkan harga saham yang digunakan sebagai indicator nilai perusahaan (Wahyudi dan Pawestri dalam Heri Setiyo Cahyono dan Ardiani Ika Sulistyawati, 2016).

2. Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Set Kesempatan Investasi (IOS) secara Parsial

Berdasarkan hasil uji pengaruh secara parsial diperoleh signifikansi sebesar $0.0421 < 0.05$ dengan t_{hitung} sebesar 2.090396 dan t_{tabel} sebesar 1.998 dari pengujian 2 sisi (signifikansi = 0.025) karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_2 diterima. Artinya bahwa Corporate Social Responsibility (CSR) secara parsial berpengaruh terhadap Set Kesempatan Investasi (IOS). Hasil penelitian tersebut selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Luh Kadek Githa Bella dan I.G.N Agung Suaryana (2017). Karena jika perusahaan melakukan tanggung jawab social maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Teori yang digunakan yaitu teori stakeholder, dimana teori stakeholder adalah kelompok/individu mampu mempengaruhi atau dipengaruhi tujuan umum (Luh Kadek Githa Bella dan I.G.N Agung Suaryana, 2017). CSR merupakan bentuk aktivitas perusahaan bertujuan meningkatkan ekonomi, mutu hidup para karyawan dan mutu hidup masyarakat sekitar pada umumnya.

3. Pengaruh Leverage, Corporate Social Responsibility (CSR) secara bersama-sama terhadap Set Kesempatan Investasi (IOS) Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen melalui uji F (Uji Simultan), diperoleh signifikansi sebesar $0.000000 < 0.05$ dan F_{hitung} sebesar 93.89345 dengan F_{tabel}

sebesar 4.00 atau ($93.89345 > 4.00$), maka H3 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Leverage, Corporate Social Responsibility (CSR) secara bersama-sama berpengaruh terhadap Set Kesempatan Investasi (IOS).

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara leverage dan corporate social responsibility (CSR) terhadap Set Kesempatan Investasi (IOS) pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2018. Berdasarkan hasil dan pembahasan, maka ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel Leverage mempunyai nilai signifikansi sebesar 0.0000 yang lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar 7.170729 sedangkan nilai t_{tabel} dengan menggunakan uji 2 sisi (signifikansi = 0,025) diperoleh sebesar 1.998. berdasarkan nilai tersebut maka nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu (7.170729) > (1,998). Hal ini disimpulkan bahwa leverage berpengaruh positif signifikan terhadap Set Kesempatan Investasi (IOS).
2. Variabel Corporate Social Responsibility (CSR) mempunyai nilai signifikansi sebesar 0.0421 yang lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar 2.090396 sedangkan nilai t_{tabel} dengan menggunakan uji 2 sisi (signifikansi = 0,025) diperoleh sebesar 1.998. berdasarkan nilai tersebut maka nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu 2.090396 > 1,998. Hal ini disimpulkan bahwa leverage berpengaruh positif signifikan terhadap Set Kesempatan Investasi (IOS).
3. Berdasarkan hasil uji F, Yaitu pengujian secara serentak pengaruh variabel leverage (X_1), dan corporate social responsibility (X_2) terhadap set kesempatan investasi (Y) dihasilkan besarnya F_{hitung} sebesar 93.89345 lebih besar dari F_{tabel} sebesar 4.00 dan jika dilihat dari signifikansi sebesar 0.0000 < 0.05 maka H_3 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa leverage, corporate social responsibility (CSR) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Set Kesempatan Investasi (IOS).

B. Saran

1. Bagi investor yang akan melakukan investasi pada perusahaan industry barang konsumsi di BEI dalam jangka panjang, hendaknya memilih perusahaan yang memiliki kesempatan investasi yang lebih besar, yaitu memilih perusahaan-perusahaan dengan tingkat leverage yang lebih tinggi dan CSR yang tinggi. Dalam investasi jangka panjang, perusahaan yang meningkatkan hutang bisa dipandang sebagai perusahaan yang yakin dengan prospek perusahaan di masa mendatang, begitu juga dengan CSR yang baik akan meningkatkan kesempatan tumbuh perusahaan, sehingga peluang mendapatkan investasinya semakin besar.
2. Bagi peneliti selanjutnya, agar menambahkan sampel yang lebih besar, misalnya seluruh perusahaan di BEI serta menambahkan variabel control seperti ukuran perusahaan, umur perusahaan atau variabel lainnya yang tidak dicantumkan dalam penelitian ini. Sehingga memungkinkan akan mendapatkan hasil penelitian yang berbeda dari penelitian ini.
3. Bagi akademis, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan perbandingan atau referensi untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk dapat melanjutkan penelitian yang berkaitan dengan leverage dan CSR sehingga bermanfaat bagi pihak-pihak lain yang berkepentingan.

C. Keterbatasan

Dalam melakukan penelitian ini, penulis menghadapi beberapa keterbatasan yang dapat mempengaruhi kondisi dari penelitian yang dilakukan. Adapun keterbatasan tersebut antara lain :

1. Periode penelitian yang hanya menggunakan empat tahun penelitian yaitu tahun 2015-2018 sehingga jumlah sampel yang memenuhi criteria sampel hanya terbatas pada 16 perusahaan industry barang konsumsi.
2. Objek penelitian yang terbatas hanya pada satu sektor perusahaan, yaitu perusahaan industry barang konsumsi. Penggunaan dan pemilihan sampel dengan beberapa criteria seperti yang dilakukan dalam penelitian ini dapat menyebabkan hasil penelitian tidak mencerminkan kondisi secara

keseluruhan populasi. Sehingga hasil penelitian tidak dapat mewakili kondisi seluruh perusahaan di Indonesia.

3. Variabel independen pada penelitian ini terbatas hanya menggunakan leverage dan corporate social responsibility (CSR). Sedangkan masih banyak factor lain yang dapat digunakan untuk penelitian.
4. Dana yang disediakan penulis dalam menyelesaikan penelitian ini

DAFTAR PUSTAKA

- Afriadi, 2016. **Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang, Profitabilitas dan Likuiditas terhadap Investment Opportunity Set.** E – Jurnal Universitas Negeri Padang.
- Agus, Sartono, 2008. **Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi.** Edisi Empat. Yogyakarta: BPFE.
- Andita Novianti dan Nicodemus Simu, 2016. **Kebijakan Hutang, Kebijakan Dividen, dan Profitabilitas, Serta Dampaknya Terhadap Investment Opportunity Set (IOS).** Jurnal Manajemen Teori dan Terapan. Tahun 9, No.1
- .Chandra, Elvia. 2012. **Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Investment Opportunity Set (IOS) Dalam Tahapan Siklus Kehidupan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Tahun 2008-2010.** Berkala Ilmiah Mahasiswa Akuntansi, Vol 1, No 1.
- Erni, Masdupi. 2005. **Analisis dampak Struktur Kepemilikan Hutang Dalam Mengontrol Konflik Keagenan.** Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia Vol. 20, No.1, 57-59.
- Ghozali, Imam, 2006. **Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, (Edisi Kedua).** Semarang. Universitas Diponegoro.
- Gujarati, Damodar N. 2003. **Basic Econometrics (14thed).** Jakarta : Salemba Empat
- Gurajati, Damodar. 2008. **Dasar-Dasar Ekonometrika.** Jakarta : Penerbit Erlangga.
- GRI, Global Reporting Initiative G4, <http://www.Globalreporting.org>.
www.idx.com
- Hanafi, Mamdun M, dan Halim, Abdul, 2000. **Analisis Laporan Keuangan.** Yogyakarta : UPP AMP YKPN. **Pertumbuhan Perusahaan Sebagai Variabel Pemoderasi.** E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol. 19.1. April (2017) : 508-535.
- Maria Agnes Indri Purnama Sari. 2012. **Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Investment Opportunity Set Dalam Tahapan Siklus Hidup Perusahaan**

- Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2006-2010.**Jurnal Ilmiah_Mahasiswa Akuntansi –Vol 1 No.2
- Mardikanto, Totok. 2009. **Majalah Bisnis dan Corporate Social Responsibility (CSR),** Jakarta : Latofi.
- Mulyadi, 2005.**Sistem Akuntansi,** Edisi Ketiga, Jakarta : Salemba Empat.
- Mulyadi, 2006.**Sistem Akuntansi,** Edisi Keempat, Jakarta : Salemba Empat.
- Myers, Stewart C., 1977. Determinan of Corporate Borrowing.Journal of Financial Economis.Vol 9 No 3. Pp 385-398.
- Nelly Sulistyani Putrid an Nilai Firdausi Nuzula. 2018 Pengaruh Konsentrasi Kepemilikan Publik Terhadap Investasi Research and Development Serta Dampaknya Terhadap Nilai Perusahaan.Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 55 No. 1 Februari 2018.
- Panggabean, Hotman P dan Suratno. 2014. Faktor-Faktor Fundamental Keuangan Perusahaan dan Investment Opportunity Set Perusahaan Real Estate. Jurnal Riset Akuntansi dan Perpajakan 1(1): 60-70.
- Prawinegoro, Darsnon & Purwanti, 2009.**Akuntansi Manajemen.**Edisi ke 6.Yogyakarta : Universitas Gajah Mada.
- Puspitasari, Novi. 2012. Kinerja Finansial dan Kesempatan Investasi Perusahaan Bertumbuh dan Tidak Bertumbuh.Jurnal Bisnis dan Manajemen BISMA, VI (1).
- Putu Terestiani Dadri. 2011. Pengaruh Investment Opportunity Set dan Struktur Model Terhadap Return Saham Pada Perusahaan Farmasi di Bursa Efek Indonesia. Tesis, Universitas Udayana.
- Ramadhan, Fadillah Zainnah. 2015. **Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih.**Universitas Komputer Indonesia.
- Reni Yendrawati, Feby Rezki Ardhianta. 2013, Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Set Kesempatan Investasi (IOS) pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI).Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan. VOL 2, No. 1, pp. 32-41

- Riyanto, Bambang. 2006. Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan. Edisi Keempat. Yogyakarta : BPFE.
- Rudito, Bambang & Budimanta, Arif & Prestijo, Adi 2004. Corporate Social Responsibility (CSR): Jawaban Bagi Model Pembangunan Indonesia Masa Kini. Jakarta: ICSD.
- Rustami, Putu, Kirya, I Ketut, & Cipta, Wayan. 2014. **Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih Pada Perusahaan Kopi Bubuk Banyuwatis**. Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha, Volume 2.
- Saputro, Adi Akhmad dan Lela Hindasah.2007. Pengaruh Kebijakan Pendanaan dan Profitabilitas Perusahaan Terhadap Set Kesempatan Investasi (IOS).Jurnal Akuntansi dan Investasi. VII (1):58-71
- Simamora, Henry. 2002. **Akuntansi Manajemen**.Edisi ke-2.Yogyakarta : UPPAMP YKPN.
- Singarimbun, Masrin dan Effendi, 2006.**Metode Penelitian Survei**. Jakarta :LP3ES (Lembaga Penelitian, Pendidikan dan Penerangan Ekonomi dan Sosial.
- Suharto, Edi. 2007. Pekerjaan Sosial Di Industri: Memperkuat Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR). Bandung: Refika Aditama.
- Sugiono . 2008. **Metodologi Penelitian Bisnis**.Bandung : CV. Alfabeta.
- Sugiono . 2009. **Metodologi Penelitian Bisnis**.Bandung : CV. Alfabeta.
- Soemarso, S.R. 2000.**Akuntansi Manajerial Suatu Pengantar (5th ed)**.Jakarta : Salemba Empat.
- Swasta, Basu. 2005. **Manajemen Penjualan**. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Swasta, Basu. 2009. **Manajemen Penjualan**.Edisi 3. Yogyakarta: BPFE.
- Widarjono, Agus. 2012. **Ekonometrika Pengantar dan Aplikasinya**. Yogyakarta: UPP STIM YPN.
- Wayan Bayu Wisesa, Anjuman Zukhri, & Kadek Rai Suwena. 2014. **Pengaruh Volume Penjualan Mente dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih pada UD. Agung Esha**. Singaraja, Indonesia.
- Zaki, Badriawan. 2004. **Intermediate Accounting**.Yogyakarta : Penerbit BPPFE.