

PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Elsa Maulydia
elsaasus5@gmail.com
Andayani

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

This research aims to examine and determine the influence of corporate social responsibility disclosure (CSRDI) and profitability proxy (ROA, ROE) on the value of the company (Tobins'Q). Population in this research is food and beverage companies which is listed in Indonesia Stock Exchange during the period of 2013-2016. Sampling that been used is purposive sampling method and based on predetermined criteria hence obtained sample of 9 companies with amount of observation in this research as many as 36 observation. The result of the research with multiple linear regression shows that the disclosure of corporate social responsibility (CSRDI) has a positive influence on the company value. The results also shows that the return on asset (ROA) has a positive influence on the company value. While return on equity return (ROE) have negative influence to the company value.

Keywords: Corporate social responsibility, return on assets, return on equity, corporate value.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan mengetahui pengaruh pengungkapan corporate social responsibility (CSRDI) dan profitabilitas yang diproksi (ROA, ROE) terhadap nilai perusahaan (Tobins'Q). Populasi dalam penelitian ini pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesiaselama periode 2013 -2016. Pengambilan sampel digunakan metode purposive sampling dan berdasarkan kriteria yang telah ditentukan maka diperoleh sampel sebanyak 9 perusahaan dengan jumlah observasi dalam penelitian ini sebanyak 36 pengamatan. Hasil penelitian dengan regresi linear berganda menunjukkan bahwa pengungkapan corporate social responsibility (CSRDI) memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa return on asset (ROA) memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil penelitian return on equity (ROE) memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: Corporate social responsibility, return on asset, return on equity, nilai perusahaan.

PENDAHULUAN

Perkembangan perekonomian yang sangat maju, menuntut para perusahaan untuk tidak hanya mementingkan kemakmuran pemegang saham saja tetapi juga mementingkan kinerja dan dukungan para *stakeholder*. Karena tanpa kinerja dan dukungan para *stakeholder* yang baik maka nilai perusahaan tidak dapat tercapai dengan baik. Salah satu hal yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk memperhatikan *stakeholder* yaitu dengan menerapkan tanggung jawab sosial perusahaan atau yang sering disebut *corporate sosial responsibility* (CSR) (Solihin, 2008: 56).

Menurut Nurdizal (2011), dengan penerapan *corporate sosial responsibility* (CSR) kita dapat melihat kepedulian perusahaan terhadap lingkungan perusahaan maupun terhadap *stakeholder*. Sehingga penerapan *corporate sosial responsibility* (CSR) akan memberikan dampak positif bagi perusahaan maupun para *stakeholder*. Pada awalnya *corporate sosial responsibility* (CSR) dikenal perusahaan dengan istilah *community development* (CD), program kemitraan, dan program bina lingkungan yang hanya dianggap sebagai pemborosan bagi perusahaan

karena tidak memberikan timbal balik terhadap keuntungan perusahaan, sehingga tidak semua perusahaan melakukan *corporate social responsibility* (CSR).

Menurut Mahendra (2011) dan Kurnia (2013) menyatakan bahwa profitabilitas menunjukkan tingkat keuntungan bersih yang mampu diraih oleh perusahaan pada saat menjalankan operasinya. Keuntungan yang layak dibagi kepada pemegang saham adalah keuntungan setelah bunga dan pajak, sehingga dengan profitabilitas yang tinggi dapat memberikan nilai tambah kepada nilai perusahaannya yang tercermin pada harga sahamnya.

Kondisi suatu perusahaan dapat dilihat dengan nilai perusahaan. Oleh Karena itu, banyak peneliti yang melakukan penelitian tentang nilai perusahaan seperti penelitian yang dilakukan Reny dan Priantinah (2012) yang menunjukkan bahwa Pengungkapan CSR tidak berpengaruh dengan arah positif terhadap Nilai Perusahaan dengan Variabel control Ukuran Perusahaan, Jenis Industri Profitabilitas dan Lverage pada perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2007-2010. Hal ini dikarenakan kualitas pengungkapan CSR dari tahun 2007-2010 masih rendah dan belum mengikuti GRI. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Agustin (2012) yang menyatakan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian mengenai nilai perusahaan telah beberapa kali dilakukan. Variabel Independen dan tempat riset yang digunakan beragam, hasil dari penelitian juga beragam.

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini : 1) Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Sosial Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI. 2) Untuk mengetahui pengaruh *Return On Asset* perusahaan terhadap Nilai Perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI. 3) Untuk mengetahui pengaruh *Return On Equity* perusahaan terhadap Nilai Perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI.

TINJAUAN TEORITIS

Pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut lingkaran studi CSR Indonesia, *corporate social responsibility* (CSR) adalah upaya sungguh - sungguh dari entitas bisnis untuk meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif operasinya terhadap seluruh pemangku kepentingan dalam ranah ekonomi, sosial, dan lingkungan agar mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah komitmen untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui praktik bisnis bebas dan kontribusi sumber daya perusahaan (Nurdizal, 2011: 16).

Menurut Kotler dan Lee (2008: 141) tersebut, *corporate social responsibility* merupakan sesuatu yang perlu dilakukan, seandainya tidak akan berakibat tidak baik pada perusahaan itu sendiri. Di sini terlihat bahwa *corporate social responsibility* dilaksanakan masih sebagai hal yang perlu bukan suatu kewajiban atau suatu peraturan yang diharuskan. Sedangkan di Indonesia saat ini, pelaksanaan *corporate social responsibility*(CSR) merupakan suatu hal yang wajib dilaksanakan. Hal tersebut diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas.

Pelaporan dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Laporan tanggung jawab sosial merupakan laporan aktivitas tanggungjawab sosial yang telah dilakukan perusahaan baik berkaitan dengan perhatian masalah dampak sosial maupun lingkungan. Laporan tersebut menjadi bagian tak terpisahkan dengan laporan tahunan (*annual report*) yang dipertanggungjawabkan direksi di depan sidang Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Laporan ini berisi laporan program-program sosial dan lingkungan perseroan yang telah dilaksanakan selama tahun buku terakhir (Hadi 2011:206).

Pengungkapan (*disclosure*) berkaitan dengan penjelasan hal-hal informatif yang dianggap penting dan bermanfaat bagi pemakai selain yang dinyatakan dalam statemen keuangan utama (Suwardjono, 2011: 134). Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pengungkapan (*disclosure*) yaitu untuk siapa informasi diungkapkan, apa tujuan informasi tersebut, berapa banyak informasi yang diungkapkan. Tujuan pengungkapan kategorikan menjadi dua yaitu *protective disclosure* yang dimaksudkan sebagai upaya perlindungan terhadap investor dan *informative disclosure* yang bertujuan memberikan informasi yang layak kepada pengguna laporan (Wolk *et al.*, 2006).

Menurut Nugrahani (2012). Informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) dan pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*). Pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) merupakan pengungkapan minimum yang harus diungkapkan (diwajibkan peraturan). Pengungkapan wajib diatur dalam peraturan Bapepam yang tertulis dalam Surat Edaran Ketua Bapepam No. SE-02/PM/2002 yang berisi tentang penyajian dan pengungkapan laporan keuangan emiten atau perusahaan publik untuk setiap jenis industri. Pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*) merupakan pengungkapan yang tidak diwajibkan oleh peraturan yang berlaku, sehingga perusahaan bebas memilih jenis informasi yang diungkapkan yang sekiranya dapat mendukung dalam mengambil keputusan.

Hadi (2011:206), menyatakan tanggung jawab sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut *sustainability report*. *Sustainability reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). Laporan tersebut menjadi bagian yang tak terpisahkan dengan laporan tahunan (*annual report*) yang dipertanggung-jawabkan direksi di depan sidang Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS).

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

Karakteristik yang dimiliki perusahaan dapat menjadi faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR. Semakin kuat karakteristik yang dimiliki suatu perusahaan tersebut dalam menghasilkan dampak sosial bagi publik tentunya akan semakin kuat pula pemenuhan tanggung jawab sosialnya kepada publik.

Karakteristik perusahaan merupakan prediktor kualitas pengungkapan (Lang dan Lundholm, 1996: 247). Karakteristik perusahaan dapat menjadi faktor yang mempengaruhi perusahaan dalam melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial, antara lain adalah size (ukuran perusahaan), tingkat likuiditas, tingkat profitabilitas, tingkat leverage, kendala sosial yang dimiliki, umur perusahaan, profil perusahaan, ukuran dewan komisaris, negara pemilik suatu perusahaan, negara tempat didirikannya perusahaan, dan lain-lain. Karakteristik perusahaan tersebut dapat menjelaskan variasi luas pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan.

Teori Indeks Perusahaan Yang Sudah Melakukan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

Anggraini (2006) menyatakan bahwa tuntutan terhadap perusahaan untuk memberikan informasi yang transparan, organisasi yang akuntabel serta tata kelola perusahaan yang baik (*good corporate governance*) memaksa perusahaan untuk memberikan informasi mengenai aktivitas sosialnya. Masyarakat membutuhkan informasi mengenai sejauh mana perusahaan sudah melaksanakan aktivitas sosialnya sehingga hak masyarakat untuk hidup aman dan tentram, kesejahteraan karyawan, dan keamanan mengkonsumsi makanan dapat terpenuhi.

Teori Stakeholder

Afriani *et al.*, (2015), menyatakan bahwa teori *stakeholder* adalah teori yang menggambarkan kepada pihak mana saja perusahaan bertanggung jawab. *Stakeholder* adalah semua pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan baik bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung oleh

perusahaan. *Stakeholder* perusahaan terdiri atas berbagai pihak yaitu pemegang saham, investor, kreditor, pemerintah, pelanggan, karyawan perusahaan, dan masyarakat umum.

Reny dan Priantinah (2012), menyatakan bahwa batasan stakeholder tersebut di atas mengisyaratkan bahwa perusahaan hendaknya memperhatikan *stakeholder*, karena mereka adalah pihak yang mempengaruhi dan dipengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung atas aktivitas serta kebijakan yang di ambil dan dilakukan perusahaan. Jika perusahaan tidak memperhatikan *stakeholder* bukan tidak mungkin akan menuai protes dan dapat mengeliminasi legitimasi stakeholder.

Teori Sinyal

Teori sinyal merupakan teori yang mengemukakan bagaimana perusahaan dalam memberikan sinyal kepada para pengguna laporan keuangan. Sinyal tersebut dapat berupa informasi yang bermanfaat bagi pengguna laporan keuangan.

Menurut Rustiarini (2010) teori sinyal membahas mengenai dorongan perusahaan untuk memberikan informasi kepada pihak eksternal maupun pihak internal. Dorongan tersebut disebabkan karena terjadinya asimetri informasi antara pihak manajemen dan pihak eksternal. Untuk mengurangi asimetri informasi maka perusahaan harus mengungkapkan informasi yang dimiliki, baik informasi keuangan maupun non keuangan. Salah satu informasi yang wajib untuk diungkap oleh perusahaan adalah informasi tentang tanggung jawab sosial atau CSR. Informasi ini dapat dimuat dalam laporan tahunan atau laporan sosial perusahaan terpisah. Perusahaan melakukan pengungkapan CSR dengan harapan dapat meningkatkan reputasi dan nilai perusahaan. Meningkatnya reputasi perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan sehingga sinyal positif bagi para investor untuk melakukan investasi.

Selain itu, tingkat profitabilitas juga menjadi salah satu sinyal yang baik untuk menarik para investor untuk melakukan kegiatan investasi. Tingkat profitabilitas yang tinggi dapat menyebabkan harga saham akan tinggi menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik. Sehingga para investor yakin dengan profitabilitas yang tinggi maka prospek perusahaan di masa mendatang baik pula.

Profitabilitas

Menurut Kasmir (2012: 117) Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Laba yang dihasilkan dari penjualan dapat diukur menggunakan rasio *gross profit margin* dan *net profit margin*. Sedangkan laba yang dihasilkan dari pendapatan investasi dapat diukur menggunakan rasio *return on equity* dan *return on asset*.

Tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan maupun bagi pihak luar perusahaan antara lain: 1). Untuk mengukur atau menghitung laba yang di peroleh perusahaan dalam suatu periode tertentu; 2). Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan waktu sekarang; 3). Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu; 4). Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri; 5). Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri; untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri (Kasmir, 2012: 121).

Manfaat yang diperoleh dalam penggunaan rasio profitabilitas antara lain; 1). Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode; 2). Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang; 3). Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu; 4). Mengetahui besarnya laba bersih

sesudah pajak dengan modal sendiri; 5). Mengetahui besarnya produktivitas bagi seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri (Kasmir, 2012: 122).

Return On Asset (ROA)

Return On Asset (ROA) menurut Hanafi dan Halim (2012:83) adalah Rasio yang mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba dengan menggunakan total aset (kekayaan) yang dimiliki perusahaan setelah disesuaikan dengan biaya-biaya untuk mendanai aset tersebut. ROA merupakan indikator kemampuan sebuah unit usaha untuk memperoleh laba atas sejumlah aset yang dimiliki oleh unit usaha tersebut. *Return On Asset* mengukur kinerja operasi yang menunjukkan sejauh manakah aktiva dikaryakan. Rasio ini mengukur seberapa efektif perusahaan dalam memanfaatkan sumber ekonomi yang ada untuk menghasilkan laba.

Return On Asset (ROA) merupakan pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan di dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia di dalam perusahaan. ROA digunakan untuk melihat tingkat efisiensi operasi perusahaan secara keseluruhan. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik suatu perusahaan. ROA yang negatif disebabkan laba perusahaan dalam kondisi negatif (rugi) pula. Hal ini menunjukkan kemampuan dari modal yang diinvestasikan secara keseluruhan aktiva belum mampu menghasilkan laba. Rumus yang digunakan untuk mengukur ROA adalah sebagai berikut:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

Return On Equity (ROE)

Menurut Mursidah (2011) ROE merupakan rasio yang sangat penting bagi pemilik perusahaan (*The Common Stockholder*), karena rasio ini menunjukkan tingkat pengembalian yang dihasilkan oleh manajemen dari modal yang disediakan oleh pemilik perusahaan. ROE menunjukkan keuntungan yang akan dinikmati oleh pemilik saham.

Rasio ini berguna untuk mengetahui efisiensi manajemen dalam menjalankan modalnya, semakin tinggi ROE berarti semakin efisien dan efektif perusahaan menggunakan ekuitasnya, dan akhirnya kepercayaan investor atas modal yang diinvestasikannya terhadap perusahaan lebih baik serta dapat member pengaruh positif bagi harga sahamnya di pasar.

Return on Equity merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan modal sendiri yang dimiliki, sehingga ROE ini ada yang menyebut sebagai rentabilitas modal sendiri (Sutrisno, 2009 :167). *Return on Equity* merupakan alat analisis keuangan untuk mengukur profitabilitas. Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan berdasarkan modal tertentu. Rasio ini merupakan ukuran profitabilitas dari sudut pandang pemegang saham (Hanafi dan Halim, 2012:85). Salah satu alasan utama perusahaan beroperasi adalah menghasilkan laba yang bermanfaat bagi para pemegang saham, ukuran dari keberhasilan pencapaian alasan ini adalah angka ROE berhasil dicapai. Semakin besar ROE mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi pemegang saham.

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Stlh Pajak}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

Nilai Perusahaan

Menurut Kurnia, (2013) menyatakan bahwa nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat

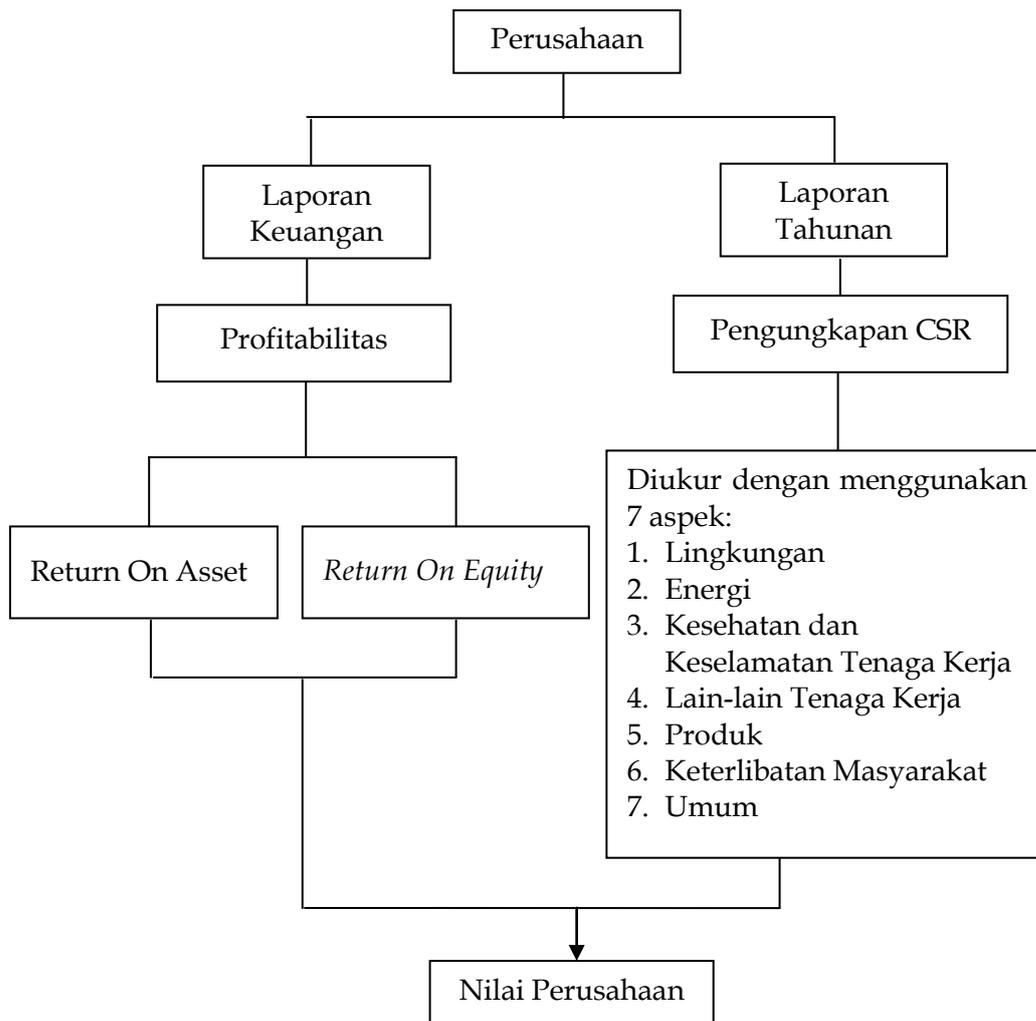
pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa yang akan datang.

Nilai perusahaan adalah nilai wajar perusahaan yang menggambarkan persepsi terhadap emiten tertentu, sehingga nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan yang selalu dikaitkan dengan harga saham (Nugroho, 2012). Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan merupakan gambaran kondisi perusahaan yang dikaitkan dengan harga saham yang dijadikan para investor untuk mengambil keputusan dalam melakukan kegiatan investasi.

Pentingnya nilai perusahaan bagi investor membuat setiap perusahaan berlomba-lomba untuk meningkatkan nilai perusahaan mereka. Oleh karena itu, era globalisasi saat ini menuntut perusahaan melakukan usaha yang lebih keras dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat. Setiap perusahaan berusaha meningkatkan citra dan kinerja perusahaan melalui kegiatan *Corporate Social Responsibility* serta dengan meningkatkan profitabilitas. Kedua hal tersebut, diyakini perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Rerangka Pemikiran

Berdasarkan penjelasan yang telah dikemukakan di atas, maka variabel-variabel yang terkait dengan penelitian ini dapat digambarkan dengan rerangka pemikiran sebagai berikut :



Gambar 1
Rerangka Pemikiran

Hipotesis

Pengaruh *Corporate social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di BEI.

Pengungkapan *Corporate social Responsibility* (CSR) dilaksanakan oleh perusahaan dengan tujuan untuk memberikan informasi yang dibutuhkan oleh para *stakeholder* baik dalam aspek ekonomi, social maupun lingkungan. Dengan pengungkapan *Corporate social Responsibility* (CSR), perusahaan berharap untuk memperoleh dukungan yang tinggi dari para *stakeholder*. Dengan dukungan tersebut dapat meningkatkan citra perusahaan serta dapat juga meningkatkan nilai perusahaan. Meningkatkan citra dan nilai perusahaan menjadi daya tarik investor dalam melakukan kegiatan investasi sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Semakin baik pengungkapan *Corporate social Responsibility* (CSR) maka semakin tinggi pula nilai perusahaan karena mencerminkan perusahaan tersebut memiliki kinerja yang baik dalam menghasilkan laba serta mencerminkan bahwa kemakmuran pemegang saham terwujud dengan baik.

H₁: *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI.

Pengaruh ROA Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di BEI.

Dengan adanya ROA dalam perusahaan, maka diharapkan perusahaan mendapatkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang digunakan untuk menentukan efisiensi operasional perusahaan. Dengan adanya peningkatan ROA perusahaan, maka dapat membuat nilai perusahaan semakin tinggi, sehingga semakin tinggi pula profitabilitas perusahaan karena tingkat profitabilitas yang tinggi mencerminkan perusahaan tersebut memiliki kinerja yang baik dalam menghasilkan laba serta mencerminkan bahwa kemakmuran pemegang saham terwujud dengan baik. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H₂: ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI.

Pengaruh ROE Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di BEI.

Dengan mendapatkan ROE yang bagus, maka perusahaan akan lebih banyak mendapatkan investor dalam meningkatkan nilai perusahaan. Dengan adanya ROE perusahaan yang bagus, maka dapat membuat nilai perusahaan semakin tinggi, sehingga semakin tinggi pula ROE perusahaan karena tingkat profitabilitas yang tinggi mencerminkan perusahaan tersebut memiliki kinerja yang baik dalam menghasilkan ROE serta mencerminkan bahwa kemakmuran pemegang saham terwujud dengan baik. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H₃: ROE berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI.

METODE PENELITIAN

Teknik Pengambilan Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi penelitian yang digunakan yaitu perusahaan-perusahaan yang bergerak pada Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2013-2016 maka peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel yang berupa teknik *purposive sampling*.

Teknik pengambilan sampel secara *purposive sampling* dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh sampel yang representative berdasarkan kriteria yang ditentukan. Penentu kriteria sampel diperlukan untuk menghindari timbulnya kesalahan dalam penentuan sampel penelitian, yang akan berpengaruh terhadap hasil analisis. kriteria-kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut: 1) Perusahaan sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia samapai periode 31 Desember 2016; 2) Perusahaan Sektor makanan dan minuman yang Mempublikasikan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dalam laporan tahunan 2013-2016 secara berturut-turut. 3) Perusahaan Sektor makanan dan minuman yang Mempublikasikan laporan keuangan dalam laporan tahunan 2013-2016 secara berturut-turut.

Berdasarkan pada kriteria-kriteria sampel yang sudah ditentukan, maka penelitian dapat mengetahui berapa jumlah Sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini. Berikut jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian yang disajikan dalam Tabel 1.

Tabel 1
Teknik Pengambilan Sampel

Kriteria Pengambilan Sampel	Jumlah
Perusahaan sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sampai periode 31 Desember 2013 - 2016	17
Perusahaan yang tidak bisa digunakan :	
1. Perusahaan Sektor makanan dan minuman yang tidak Mempublikasikan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> dan laporan keuangandalam laporan tahunan 2013-2016 secara berturut-turut.	(1)
2. Perusahaan Sektor makanan dan minuman yang tidak memiliki laba positif dalam laporan tahunan 2013-2016 secara berturut-turut.	(7)
Jumlah Perusahaan yang dijadikan sampel dalam penelitian	9

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *purposive sampling* maka sampel yang memenuhi kriteria dan digunakan dalam penelitian ini berjumlah 9 sampel perusahaan, yaitu :

Tabel 2
Sampel Penelitian

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1.	AISA	Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk.
2.	DLTA	Delta Djakarta Tbk.
3.	CEKA	PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.
4.	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmue Tbk
5.	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.
6.	MYOR	Mayora Indah Tbk.
7.	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk.
8.	SKLT	Sekar Laut Tbk.
9.	ULTJ	PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk.

Sumber: Galeri Bursa Efek Indonesia STIESIA

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari atau ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012: 145).

Definisi Operasional Variabel diperlukan untuk menjabarkan Variabel penelitian ke dalam konsep dimensi dan indikator. Disamping itu, tujuannya adalah untuk memudahkan pengertian dan menghindari perbedaan persepsi dalam penelitian ini. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel dependen dan variabel independen.

Variabel Independen

Variabel independen merupakan Variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya Variabel dependen (Sugiyono, 2012). Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam membangun ekonomi yang berkelanjutan dengan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial dan lingkungan (Permanasari, 2010).

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan kegiatan dalam aspek ekonomi, sosial dan lingkungan yang sangat penting bagi perusahaan untuk mendapatkan dukungan dari para stakeholder dan untuk menghindari kesenjangan sosial yang terjadi dalam lingkungan perusahaan sehingga dapat mencapai tingkat kinerja yang diharapkan dalam meningkatkan nilai perusahaan.

Menurut Sayekti dan Wondabio (2007) menyatakan bahwa perhitungan indeks CSRDI dengan menggunakan pendekatan ekonomi yaitu setiap item *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam instrument penelitian yang diungkapkan oleh perusahaan akan diberi nilai 1 dan jika tidak diungkapkan diberi nilai 0. Selanjutnya skor dari keseluruhan item dijumlahkan agar dapat memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Berikut ini rumus yang di gunakan dalam menghitung CSRDI:

$$CSRDI = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

CSRDI = Corporate Social Responsibility Disclosure Index

X_{ij} = Dummy Variabel; 1 = jika item diungkapkan, 0 = jika 1 item tidak diungkapkan, dengan demikian $0 \leq CSRDI \leq 1$.

n_j = Jumlah item untuk perusahaan j, n_j ≤ 78

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Laba yang di hasilkan dari pendapatan investasi dapat diukur menggunakan *Return On Asset* (ROA) dan *Return On Equity* (ROE) menunjukkan kemampuan perusahaan dengan seluruh modal yang ada di dalamnya (aktiva) untuk menghasilkan keuntungan (laba) sedangkan *return on equity* menunjukkan bagian keuntungan yang berasal dari (atau menjadi hak) modal sendiri. Rasio *return on equity* sering dipakai para investor dalam membeli saham suatu perusahaan (karena modal sendiri menjadi bagian pemilik) karena dengan rasio *return on equity* menunjukkan seberapa baik tingkat pengembalian yang di dapatkan investor dalam kegiatan investasi yang dilakukan Brigham dan Houston (2010:127). Teori tersebut seperti yang dijelaskan oleh Martono dan Harjito (2010:87) bahwa *return on equity* digunakan untuk mengukur seberapa banyak keuntungan yang menjadi hak pemilik modal sendiri. Oleh karena itu dalam penelitian ini profitabilitas diukur dengan menggunakan *Return On Equity*.

Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2012: 151) Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Nilai Perusahaan.

Menurut Reny dan Priantina (2012) mendefinisikan nilai perusahaan sebagai nilai pasar. Nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham suatu perusahaan, maka kemakmuran pemegang saham akan terwujud dengan baik. Sedangkan menurut (Kurnia, 2013) menyatakan bahwa nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan pemilik perusahaan, karena dengan nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan bahwa kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi dalam keadaan yang baik namun juga pada prospek perusahaan yang baik di masa yang akan datang sehingga menjadi daya tarik para investor untuk melakukan investasi dengan perusahaan tersebut.

Nilai perusahaan dalam penelitian ini di ukur dengan menggunakan Tobin's Q. Rasio ini sering digunakan dalam penelitian, salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Prasekti (2015) dengan rumus berikut:

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

Keterangan :

Q = Nilai Perusahaan

EMV = Nilai pasar ekuitas (*equity Market value*), yang diperoleh dari hasil perkalian harga saham penutupan (*closing Price*) akhir tahun dengan saham yang beredar pada akhir tahun

EBV = Nilai buku dari total (*equity book value*), yang diperoleh dari total ekuitas.

D = Nilai buku Total hutang

Jenis, Sumber dan Teknik Pengambilan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Menurut Sugiyono (2012: 145) menyatakan bahwa data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data misalnya melalui orang lain atau melalui dokumen. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa dokumen laporan keuangan dan laporan tahunan pada sektor Makanan dan Minuman mulai tahun 2013-2016 yang telah terpublikasi di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data dokumenter yang berupa arsip yang memlalui laporan keuangan, kegiatan sosial yang dilakukan perusahaan yang terdapat dalam laporan tahunan, dan profit perusahaan yang di peroleh dari Bursa Efek Indonesia (BEI).

Teknik Pengambilan Data

Peneliti juga mengumpulkan data dari Bursa Efek Indonesia seperti laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan yang bergerak pada sektor Makanan dan Minuman serta juga diperoleh dari *Indonesia Capital Market Directory* (ICMD). Dengan memberikan skor pada CSR yang dilakukan oleh perusahaan, dan menentukan nilai prosentase ROE serta menentukan nilai perusahaan.

Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan Variabel dan jenis responden, menyajikan data dari tiap Variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2012: 155).

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi dengan menggunakan SPSS. Menurut Ghazali (2011: 95), analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen dengan satu atau lebih Variabel independen, dengan tujuan untuk mengestimasi dan atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata Variabel dependen berdasarkan Variabel yang diketahui.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi linier berganda digunakan untuk melihat pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan yang bergerak di sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2013-2016. Berikut rumus metode regresi linier berganda :

$$NP = \alpha + \beta_1 X_1 (\text{CSR}) + \beta_2 X_2 (\text{ROA}) + \beta_3 X_3 (\text{ROE}) + \epsilon$$

Keterangan :

NP = Nilai Perusahaan (Tobin's Q)

α = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien regresi Linier

CSR = *Corporate Social Responsibility*

ROA = *Return On Asset*

ROE = *Return On Equity*

e = Standar Error

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memperoleh model regresi yang mampu memberikan estimasi yang handal dan tidak bias dalam mengambil keputusan. Uji asumsi klasik yang dipakai dalam penelitian ini sebagai berikut:

Uji Normalitas. Menurut Ghazali (2011: 98), uji normalitas adalah pengujian yang digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, Variabel independen dan Variabel dependennya memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Proses uji normalitas data dilakukan dengan memperhatikan penyebaran data (titik) pada normal *p-plot of regression standardized residual* dari Variabel independen antara lain: 1) Jika data menyebar diatas garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas; 2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Uji normalitas dengan Uji *Kolmogorov-Smirnov* dapat dianalisis pada nilai residual hasil regresi dengan kriteria, jika probabilitas > 0,05 maka data terdistribusi secara normal, sebaliknya jika probabilitas < 0,05 maka data tidak terdistribusi secara normal.

Uji Multikolinieritas. Ghazali (2011: 98) menyatakan bahwa uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara Variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara Variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas dalam penelitian ini dilihat dari *variance Inflation Factor* (VIF).

Uji Autokorelasi. Bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier terdapat korelasi antara residual pada periode t dengan residual periode t-1 (sebelumnya). Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Cara yang dapat

digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi adalah dengan uji *Durbin Watson* (DW). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala autokorelasi makan dapat dilihat dari table *Durbin-Watson*.

Uji Heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan menggunakan Grafik *scatterplot*. Grafik *scatterplot* digunakan untuk melihat antara nilai prediksi Variabel dependen yaitu SRESID dengan residual ZPRED, dengan menggunakan kriteria antara lain: a) Jika ada pola tertentu titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) yang tersebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas; b) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik yang menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk menguji pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen pada sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2013-2016. Pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah koefisien determinasi R^2 .

Menurut Ghozali (2011: 98), Koefisiensi determinasi pada intinya untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah 0 dan 1. nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan Variabel independen dalam menjelaskan Variabel dependensangan terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel member hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

Kelemahan mendasar pengguna koefisien determinasi adalah hal biasa terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah Variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu, banyak penelitian menganjurkan untuk menggunakan nilai Adjusted R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik, tidak seperti R^2 , nilai Adjusted R^2 dapat naik atau turun apabila satu Variabel independen ditambahkan ke dalam model.

Uji *Goodness of fit* (uji F)

Menurut Ghozali (2011: 98) menyatakan bahwa ketepatan fungsi regresi Sampel dalam menafsirkan nilai actual dapat diukur dari *goodness of fit*. *Goodness of fit* menguji H_0 bahwa data empiris cocok atau sesuai dengan model (tidak ada perbedaan antara model dengan data sehingga model dapat dikatakan fit). Dasar pengambilan keputusan antara lain: a) Jika *goodness of fit statistic* $> 0,05$ maka H_0 ditolak yang berarti ada perbedaan signifikan antara model yang digunakan dengan nilai observasinya sehingga model penelitian belum tepat; b) Jika nilai *goodness of fit statistic* $\leq 0,05$ maka H_0 diterima dan berarti model yang digunakan mampu memprediksi nilai observasinya sehingga model penelitian sudah tepat.

Uji t

Uji t dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu Variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi dependen (Ghozali, 2011: 99). Signifikan atau tidaknya pengaruh Variabel independen terhadap Variabel dependen dilakukan dengan melihat probabilitas dari rasio masing-masing Variabel independen pada taraf nyata $\alpha = 0,05$. Dasar pengambilan keputusannya antara lain; a) Jika Probabiliras $> 0,05$ maka H_0

diterima yang berarti tidak terdapat pengaruh variabel independen terhadap Variabel dependen. b) Jika probabilitas $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak yang berarti terdapat pengaruh variabel independen terhadap Variabel dependen.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini menjelaskan unsur deskripsi singkat perusahaan populasi terkait dengan jumlah perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI sebagai populasi penelitian yang berjumlah 9 perusahaan dengan jumlah observasi 36 dimana diperoleh dari perkalian antara jumlah perusahaan makanan dan minuman dengan periode tahun penelitian (9×4 tahun). Penjelasan berikutnya terkait dengan gambaran objek populasi, analisis deskriptif serta teknik pemilihan sampel dalam penelitian dan berikut penjelasan masing-masing :

Gambaran Objek Penelitian

Sampel yang dijadikan objek penelitian yang digunakan adalah makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2013-2016. Berdasarkan metode *purposive sampling*, yaitu metode pemilihan objek dengan menggunakan kriteria tertentu. Kriteria yang digunakan antara lain sebagai berikut: 1) Perusahaan sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia samapai periode 31 Desember 2016; 2) Perusahaan Sektor makanan dan minuman yang mempublikasikan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dalam laporan tahunan 2013-2016 secara berturut-turut. 3) Perusahaan Sektor makanan dan minuman yang mempublikasikan laporan keuangan dalam laporan tahunan 2013-2016 secara berturut-turut.

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan suatu metode dalam mengorganisir dan menganalisis data kuantitatif, sehingga diperoleh gambaran atau deskripsi data. Ukuran yang digunakan dalam deskripsi penelitian ini antara lain, jumlah data penelitian, nilai minimum dan nilai maksimum, nilai rata-rata (*mean*), dan standar deviasi masing-masing variabel. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan (Tobins'Q). Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa yang akan datang. Dengan demikian maka dapat disimpulkan nilai perusahaan merupakan gambaran kondisi perusahaan yang dikaitkan dengan harga saham yang dijadikan para investor untuk mengambil keputusan dalam melakukan kegiatan investasi. Pentingnya nilai perusahaan bagi investor membuat setiap perusahaan berlomba-lomba untuk meningkatkan nilai perusahaan mereka. Nilai perusahaan (Tobins'Q) dalam penelitian ini diambil berdasarkan laporan keuangan masing-masing perusahaan yang terdapat pada BEI.

Statistik data deskriptif menjelaskan mengenai besaran nilai dari masing-masing variabel independen dan dependen berdasarkan angka laporan keuangan yang dimiliki perusahaan. Angka statistik deskriptif ini digunakan untuk meneliti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen guna menjawab rumusan masalah dan membuktikan hipotesis yang diajukan.

Berikut disajikan hasil data deskriptif *corporate social responsibility (CSR)*, profitabilitas yang diproksi (ROA, ROE) dan nilai perusahaan yang diproksi Tobins'Q pada perusahaan

makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama empat tahun berturut-turut tahun 2013 - 2016:

Tabel 3
Statistik Deskriptif Variabel *Corporate Social Responsibility (CSR)*, Profitabilitas (ROA, ROE) dan nilai perusahaan (Tobin'Q) makanan dan minuman yang Terdaftar di BEI Tahun 2013-2016

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Dev
CSRDI	36	.13	.42	.277	.072
ROA	36	1.66	31.20	10.129	6.733
ROE	36	3.10	39.98	17.278	7.926
Nilai Perusahaan	36	.34	4.86	1,128	.917

Sumber: Data primer diolah

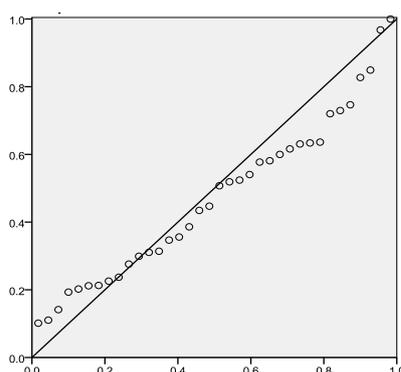
Analisa Data

Analisa data terdiri dari berbagai macam uji dan uji ini dilakukan untuk menilai uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas. Uji kelayakan model (uji F), uji koefisien determinasi (R^2), uji analisis regresi serta uji hipotesis (uji t) pada nilai perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2013-2016 sebagai berikut:

Uji Asumsi Klasik

Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini diketahui berdasarkan jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut atau jika grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi ini. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau jika grafik histogramnya tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi ini (Ghozali, 2011: 112). Hasil pengujian normalitas dalam penelitian ini ditunjukkan dalam gambar berikut ini:



Sumber: Data primer diolah

Gambar 2
Uji Normalitas

Berdasarkan Gambar 2 diketahui bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut atau jika grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi ini. Gambar tersebut menunjukkan bahwa residual model regresi dalam penelitian ini telah memenuhi uji normalitas.

Sedangkan uji normalitas yang dilakukan dengan uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov (K-S)* dapat dikatakan data terdistribusi normal jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* > 0,05.

Tabel 4
Uji Kolmogorov-Smirnov (K-S)

		Unstandardized Residual
N		36
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.54537592
Most Extreme Differences	Absolute	.163
	Positive	.163
	Negative	-.099
Kolmogorov-Smirnov Z		.980
Asymp. Sig. (2-tailed)		.292

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan Uji Kolmogorov-Smirnov (K-S) dalam tabel 4 dapat dilihat bahwa nilai Asymp. Sig (2-tailed) lebih besar dari nilai signifikansinya yakni $0,292 > 0,05$ artinya tidak terjadi gejala non normalitas, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi telah berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi variabel dependen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah sebagai berikut: (1) mempunyai angka *tolerance* diatas ($>$) 0,1 (2) mempunyai nilai VIF di bawah ($<$) 10. Hasil pengujian multikolinearitas dalam penelitian ini ditunjukkan dalam Tabel 5.

Tabel 5
Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Constant		
CSRDI	,910	1,098
ROA	,723	1,605
ROE	,678	1,729

Sumber: Data primer diolah

Tabel 5 menunjukkan bahwa angka *tolerance* ketiga variabel yaitu CSRDI sebesar 0,910, ROA sebesar 0,723, variabel ROE sebesar 0,678 . Sedangkan nilai VIF ketiga variabel yaitu variabel CSRDI sebesar 1,098, ROA sebesar 1,605, variabel ROE sebesar 1,729. Berdasarkan data tabel tersebut dapat simpulkan bahwa angka *tolerance* di atas 0,1 dan nilai VIF dibawah < 10 , sehingga dapat diartikan bahwa antar variabel independen dan model regresi tidak terjadi *multikolinieritas*. Data tersebut menunjukkan asumsi multikolinearitas telah terpenuhi.

UjiAutokorelasi

UjiAutokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi, yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Syarat utama yang harus terpenuhi adalah tidak adanya autokorelasi dalam model regresi. Peneliti menggunakan metode pengujian yang sering digunakan yaitu dengan uji Durbin-Watson (uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

H_0 : tidak terdapat autokorelasi

H_1 : terdapat autokorelasi

Uji autokorelasi untuk melihat apakah antara anggota pengamatan dalam variabel-variabel bebas yang sama memiliki keterkaitan satu sama lainnya. Jika ada, maka model kurang akurat dalam memprediksi. Untuk mendeteksi terjadinya autokorelasi dilakukan dengan uji Durbin Watson dengan ketentuan menggunakan uji statistik Durbin Watson. Santoso (2008: 75) bila angka D-W diantara -2 dan +2 maka tidak terjadi autokorelasi.

Hasil pengujian autokorelasi dalam penelitian ini ditunjukkan dalam Tabel 6.

Tabel 6
Uji Autokorelasi

Model	Durbin-Watson
1	1,031

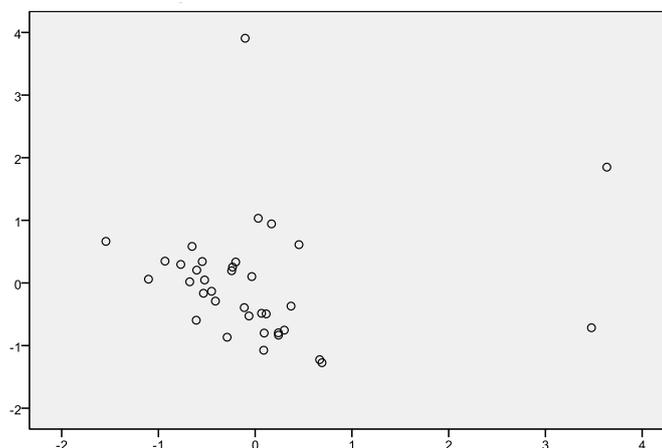
Sumber: Data primer diolah

Tabel 6 menunjukkan nilai Durbin Watson sebesar 1,031. Berdasarkan nilai Durbin Watson diketahui angka di antara -2 dan +2 ($-2 < 1,031 < 2$) sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi dalam model regresi ini.

Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Cara melakukan analisis grafik dengan menggunakan *scatterplot*. Ghozali (2011:139) menjelaskan terdapat dasar analisis yang digunakan untuk melihat ada atau tidaknya masalah heteroskedisitas dengan melihat *scatterplot*, yakni : 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedisitas. 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedisitas.

Model yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil pengujian heterokedastisitas dalam penelitian ini ditunjukkan dalam Gambar 3.



Sumber: Data primer diolah

Gambar 3
Scatterplot

Gambar 3 menunjukkan tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedisitas. Berdasarkan gambar dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi heterokedastisitas. Asumsi homokedastisitas dalam penelitian ini terpenuhi.

Analisis Model Regresi

Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* (CSRDI), profitabilitas yang diproksi (ROA, ROE) terhadap nilai perusahaan yang diproksi Tobins'Q. Dari hasil pengelolaan data dengan menggunakan Program SPSS 21.0 diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 7
Analisis Regresi

Model	Unstandardized Coefficients B	Std Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig
(Constant)	.635	.398		1.594	.121
CSRDI	2.960	1.399	.233	2.116	.042
ROA	.080	.011	.991	7.437	.020
ROE	-.090	.016	-.775	-5.600	.000

Sumber: Data primer diolah

Adapun model yang digunakan dalam regresi linear berganda :

$$NP = 0,635 + 2,960CSRDI + 0,080ROA - 0,090ROE + e$$

Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji kelayakan model yang dihasilkan dengan menggunakan uji kelayakan model pada tingkat α sebesar 5%. Yang menunjukkan bahwa seluruh variabel independen yang terdiri dari *corporate social responsibility* (CSRDI), profitabilitas yang diproksi (ROA, ROE) berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang diproksi Tobins'Q.

Uji kelayakan model dalam penelitian ini menggunakan uji *goodness of fit*. Uji *goodness of fit* digunakan untuk mengetahui kelayakan model, apakah pemodelan yang dibangun memenuhi kriteria fit atau tidak. Model regresi dikatakan fit apabila tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05. Hasil uji *goodness of fit* disajikan pada tabel sebagai berikut.

Tabel 8
ANOVA^b (Uji F)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	18.989	3	6.330	19.457	.000 ^a
	Residual	10.410	32	.325		
	Total	29.399	35			

Sumber: Data primer diolah

Dari Tabel 8 uji ANOVA menghasilkan nilai F_{hitung} sebesar 19,457 dengan tingkat signifikansi 0,000 (lebih kecil dari 0,05). Hasil ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan signifikan untuk memprediksi pengaruh variabel *corporate social responsibility* (CSRDI), profitabilitas yang diproksi (ROA, ROE) terhadap variabel nilai perusahaan yang diproksi Tobins'Q, hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi F sebesar $0.0000 < 0.05$.

Hasil ini mengidentifikasi bahwa naik turunnya nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia bergantung pada naik turunnya tingkat *corporate social responsibility* (CSRDI), profitabilitas yang diproksi (ROA, ROE) yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi layak untuk diuji.

Analisis Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

Tabel 9
Uji Koefisien Determinasi (R²)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,804 ^a	,646	,613	.57037

a. Predictors: (Constant), ROE, CSRDI, ROA

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data primer diolah

Tabel 9 menunjukkan nilai koefisien korelasi (R) seberapa erat hubungan antara variabel bebas *corporate social responsibility* (CSRDI), profitabilitas yang diproksi (ROA, ROE). Nilai tersebut menunjukkan bahwa hubungan variabel *corporate social responsibility* (CSRDI), profitabilitas yang diproksi (ROA, ROE) dengan variabel nilai perusahaan yang diproksi Tobins'Q memiliki hubungan yang erat yang ditunjukkan dengan nilai 0.804.

Nilai koefisien determinasi atau R² digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel tak bebas atau variabel terikat (Y) yaitu variabel nilai perusahaan yang diproksi Tobins'Q. Tingkat keberatan hubungan determinasi (R²) bernilai 0,646 atau 64,6%. Hal ini menunjukkan 64,6%, dimana nilai perusahaan yang diproksi Tobins'Q bisa dijelaskan oleh variabel *corporate social responsibility* (CSRDI), profitabilitas yang diproksi (ROA, ROE). Sedangkan sisanya (100% - 64,6% = 35,4%) dijelaskan oleh sebab-sebab lain di luar model. Hal ini menunjukkan bahwa masih banyak variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Variabel tersebut misalnya pertumbuhan penjualan, likuiditas, efisiensi perusahaan, efisiensi pasar dan kebijakan dividen. Hal ini sebagaimana penelitian yang dilakukan Suklimah (2011) yang menyatakan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi oleh salah satu faktor yakni *good corporate governance*, kinerja keuangan Perusahaan.

Uji Hipotesis

Sehubungan dengan perumusan masalah dan hipotesis penelitian yang diajukan sebagaimana diuraikan pada bagian sebelumnya, maka dapat dijelaskan bahwa variabel-variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah *corporate social responsibility* (CSRDI), profitabilitas yang diproksi (ROA, ROE). Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji statistik t digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh Berikut hasil uji t serta signifikansi tingkat taraf kepercayaan 5% atau 0,05, melalui SPSS 21 yang disajikan dalam Tabel 10.

Tabel 10
Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients B	t	Sig.	Hipotesis
CSRDI	2.960	2.116	.042	Diterima
ROA	.080	7.437	.000	Diterima
ROE	-.090	-5.600	.000	Ditolak

a. Dependen Variabel : Nilai perusahaan

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan Tabel 10 hasil uji hipotesis dapat dijelaskan sebagai berikut:

H₁ : *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI. Penelitian ini adalah untuk menguji apakah *corporate social responsibility* (CSRDI) berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Tobins'Q). Hasil dari analisis regresi berganda yang disajikan pada tabel 10 dapat diketahui koefisien

regresi untuk variabel *corporate social responsibility* (CSRDI) diperoleh sebesar 2,960, nilai t_{hitung} sebesar 2,116 dengan tingkat signifikan sebesar 0,042 dimana lebih kecil dari $(\alpha) = 5\%$ atau 0,05 sehingga hipotesis pertama berhasil menolak H_0 . Jadi dapat disimpulkan bahwa *corporate social responsibility* (CSRDI) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian hipotesis (H_1) diterima.

H_2 : ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI. Penelitian ini adalah untuk menguji apakah profitabilitas yang diproksi *return on asset* (ROA) berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Tobins'Q). Hasil dari analisis regresi berganda diketahui koefisien regresi untuk variabel *return on asset* (ROA) diperoleh sebesar 0,080, nilai t_{hitung} sebesar 7,437 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 dimana lebih kecil dari $(\alpha) = 5\%$ atau 0,05 sehingga hipotesis kedua berhasil menolak H_0 . Jadi dapat disimpulkan bahwa *return on asset* (ROA) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian hipotesis (H_2) diterima.

H_3 : ROE berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI. Penelitian ini adalah untuk menguji apakah profitabilitas yang diproksi *return on equity* (ROE) berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Tobins'Q). Hasil dari analisis regresi berganda dapat diketahui koefisien regresi untuk variabel *return on equity* (ROE) diperoleh sebesar -0,090, nilai t_{hitung} sebesar -5,600 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 dimana lebih kecil dari $(\alpha) = 5\%$ atau 0,05, berarti variabel *return on equity* (ROE) berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian hipotesis (H_3) ditolak.

Pembahasan

Uraian berikut ini merupakan pembahasan terhadap hasil analisis yang telah dikemukakan sebelumnya. Dari hasil uji t diketahui bahwa masing-masing variabel mempunyai pengaruh, yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI. Menurut hasil penelitian yang telah diuraikan di atas, diperoleh hasil uji t_{hitung} untuk variabel *corporate social responsibility* (CSRDI) sebesar 2,116 dengan signifikansi $0,042 < 0,05$. Angka tersebut menunjukkan bahwa hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima artinya *corporate social responsibility* (CSRDI) memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sehingga hasil penelitian ini mendukung hipotesis yang diajukan. Hasil pengujian ini dapat disimpulkan bahwa dengan dilakukannya pengungkapan *corporate social responsibility* (CSRDI) dilaksanakan oleh perusahaan bertujuan untuk memberikan informasi yang dibutuhkan oleh para *stakeholder* baik dalam aspek ekonomi, sosial maupun lingkungan. Perusahaan berharap untuk memperoleh dukungan yang tinggi dari para *stakeholder* dengan adanya dukungan tersebut dapat meningkatkan citra perusahaan serta dapat juga meningkatkan nilai perusahaan. Dengan meningkatkan citra dan nilai perusahaan menjadi daya tarik investor dalam melakukan kegiatan investasi dalam meningkatkan nilai perusahaan. Semakin baik pengungkapan *corporate social responsibility* (CSRDI) maka semakin tinggi pula nilai perusahaan karena mencerminkan perusahaan tersebut memiliki kinerja yang baik dalam menghasilkan laba serta mencerminkan bahwa kemakmuran pemegang saham terwujud dengan baik.

ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI. Dari hasil penelitian yang telah diuraikan di atas, diperoleh dari hasil uji t_{hitung} untuk variabel profitabilitas yang diproksi *return on asset* (ROA) sebesar 7,437 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Angka tersebut menunjukkan bahwa hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima artinya *return on asset* (ROA) memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sehingga hasil penelitian ini mendukung hipotesis yang diajukan. Hasil pengujian ini dapat disimpulkan bahwa tinggi rendahnya tingkat *return asset* merupakan salah satu indikator penting bagi investor untuk menilai prospek perusahaan dimasa yang

akan datang. Rasio ini penting diperhatikan untuk mengetahui sejauh mana investasi yang dilakukan investor disuatu perusahaan mampu memberikan *return* yang sesuai dengan tingkat yang diisyaratkan oleh investor. Semakin tinggi rasio ini maka semakin baik keadaan suatu perusahaan dan menunjukkan bahwa perusahaan semakin efektif dalam memanfaatkan aset untuk menghasilkan laba bersih setelah pajak. Dengan demikian, semakin tinggi ROA, kinerja perusahaan semakin efektif. Hal ini selanjutnya akan meningkatkan daya tarik perusahaan kepada investor. Peningkatan daya tarik perusahaan menjadikan nilai perusahaan tersebut makin diminati investor, karena tingkat kembalian akan semakin besar. Hal ini juga akan berdampak bahwa harga saham dari perusahaan tersebut di pasar modal juga akan semakin meningkat sehingga nilai perusahaan juga akan meningkat.

ROE berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI. Dari hasil penelitian yang telah diuraikan hasil uji t_{hitung} untuk variabel ROE sebesar -0.090 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Angka tersebut menunjukkan bahwa hipotesis ketiga dalam penelitian ini ditolak artinya *return on equity* (ROE) memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, sehingga hasil penelitian ini bertolak belakang dengan hipotesis yang diajukan. Hasil pengujian ini dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi ROE menunjukkan kurang efisiennya perusahaan dalam menggunakan modal sendiri untuk menghasilkan laba investor yang ditanam pada perusahaan, hal ini disebabkan bahwa manajemen perusahaan tidak berhasil meningkatkan nilai perusahaan bagi pemilik perusahaan sesuai dengan tujuan manajemen keuangan memaksimalkan nilai perusahaan. Untuk itu perusahaan harus mengkoreksi kembali prospek kegiatan yang dijalankan perusahaan agar lebih produktif. Sehingga para pemegang saham akan merasakan keuntungan yang lebih besar dari biaya modalnya.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian pengaruh *corporate social responsibility* (CSRDI), profitabilitas yang diproksi (ROA, ROE) terhadap nilai perusahaan (Tobins'Q) pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan periode pengamatan 2013 - 2016 dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: 1) Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengungkapan *corporate social responsibility* (CSRDI) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan yang berarti bahwa semakin baik pengungkapan *corporate social responsibility* (CSRDI) maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Hal ini mencerminkan usaha-usaha yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan *image* perusahaan dan agar dapat dilihat sebagai perusahaan yang bertanggung jawab. 2) Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *return on asset* (ROA) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, yang berarti semakin tinggi rasio ini maka semakin baik keadaan suatu perusahaan dan menunjukkan bahwa perusahaan semakin efektif dalam memanfaatkan aset untuk menghasilkan laba bersih setelah pajak, sehingga tinggi rendahnya tingkat *return asset* merupakan salah satu indikator penting bagi investor untuk menilai prospek perusahaan dimasa yang akan datang. 3) Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *return on equity* (ROE) berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, hal ini dapat diartikan semakin tinggi *return on equity* menunjukkan kurang efisiennya perusahaan dalam menggunakan modal sendiri untuk menghasilkan laba investor yang ditanam pada perusahaan, hal ini disebabkan bahwa manajemen perusahaan tidak berhasil meningkatkan nilai perusahaan bagi pemilik perusahaan sesuai dengan tujuan manajemen keuangan memaksimalkan nilai perusahaan.

Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan simpulan diatas, maka saran yang dapat dikemukakan adalah sebagai berikut: 1) Untuk penelitian selanjutnya, interval periode penelitian agar ditambah sehingga memberikan sampel yang lebih banyak serta hasil yang lebih akurat. 2) Untuk penelitian selanjutnya, objek penelitian agar ditambah menjadi seluruh perusahaan yang *listing* di Bursa Efek Indonesia (BEI) sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasi dan lebih menjelaskan variabilitas data yang sesungguhnya. 3) Untuk penelitian selanjutnya, indikator penelitian dapat diganti dengan *proxy* yang lain ataupun ditambah dengan variabel yang lain seperti tingkat likuiditas, pertumbuhan ataupun risiko perusahaan, dan lain sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriani, F., E.Safitri dan R. Aprilia. 2015. Pengaruh Likuiditas, Leverage, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Growth terhadap Kebijakan Dividen. *Jurnal Manajemen STIE MDP*. Palembang.
- Anggraini, Fr. R. R. 2006. Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor – faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan. *Simposium Nasional Akuntansi IX*. 23-26 Agustus.Padang.
- Agustin, D. 2012. Pengaruh Mekanisme *Good Corporate Governance* dan Pelaporan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA). Surabaya.
- Brigham, E.F. dan J.F. Houston. 2010. *Fundamentals of Financial Management*. Singapore. Cengage Learning Asia Pte LTD.Dasar-dasar Manajemen Keuangan. Edisi Kedua. Cetakan Pertama. Salemba Empat.Jakarta.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.Semarang.
- Hadi, N. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Graha Ilmu.Yogyakarta.
- Hanafi, M.M.dan A. Halim. 2012. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi Ketiga. Cetakan Pertama. Penerbit UPP Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN. Yogyakarta.
- Kasmir. 2012. *Manajemen Perbankan*.Cetakan 11. Rajawali Pers.Jakarta.
- Kotler, P.dan N. Lee. 2008. *Corporate Social Responsibility Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. John Wiley & Sons.New Jersey.
- Kurnia. 2013. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan: Kebijakan Dividen dan Kesempatan Investasi sebagai Variabel Antara.*Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*. 1(1): 37-57.
- Lang, M.H. dan R. J. Lundholm. 1996. Corporate Disclosure Policy and Analyst behavior.*The Accounting Review*. 71(4): 467-492.
- Mahendra, S. A. 2011. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perubahan Laba Perbankan di Indonesia. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.Semarang.
- Martono dan A. Harjito. 2010. *Manajemen Keuangan*. Penerbit Ekonisia.Yogyakarta.
- Mursidah, N. 2011. Analisis Pengaruh *Earning Per Share, Debt To Equity Ratio* dan *Return On Equity* terhadap Harga Saham PT. Unilever Indonesia Tbk. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*. 12(1). STIE Muhammadiyah Samarinda.
- Nugrahani, B. D.2012. Faktor-faktor yang Berpengaruh terhadap LuasPengungkapan Sukarela dalam Laporan Tahunan. *Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*.16(3):352- 367.
- Nugroho, A.2012. Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Intellectual Capital Disclosure*. *Accounting Analysis Journal*. 1(2).
- Nurdizal, R. M. 2011. *Panduan Lengkap Perencanaan CSR (Corporate Social Responsibility)*. Penebar Swadaya. Jakarta.

- Permanasari, I. W. 2010. Pengaruh kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional dan corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro. Semarang.
- Prasekti, R.P. 2015. Pengaruh *Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility*, dan probabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Skripsi*. STIESIA. Surabaya.
- Reny dan Priantinah. 2012. Pengaruh *Good Corporate Governance* dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2007 - 2010). *Jurnal Nominal*. 1(1).
- Rustiarini, N. W. 2010. Pengaruh *Corporate Governance* pada Hubungan *Corporate Social Responsibility* dan Nilai Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi XIII*. Purwokerto.
- Santoso, S. 2008. *SPSS Versi 11.5* Cetakan Kedua. Penerbit Gramedia. Bandung.
- Sayekti, Y. dan L.S. Wondabio. 2007. Pengaruh CSR Disclosure terhadap Earning Response Coefficient. Makalah Disampaikan dalam *Simposium Nasional Akuntansi X*. 26-28 Juli. Makassar.
- Solihin. 2008. *Corporate Social Responsibility from charity to sustainability*. Salemba Empat. Jakarta.
- Suklimah. 2011. Pengaruh *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Peraih The Indonesia Most Trusted Company-CGPI. *Jurnal Kewirausahaan*. 5(2).
- Sutrisno. 2009. *Manajemen Keuangan Teori, Konsep dan Aplikasi*. Ekonisia. Yogyakarta.
- Suwardjono. 2011. *Teori Akuntansi Perekayasaan Pelaporan Keuangan*. Edisi Ketiga. Cetakan kelima. BPFE. Yogyakarta.
- Sugiyono. 2012. *Statistik untuk Penelitian*. Alfabeta. Bandung.
- Wolk, I. H., Tearney, M. G. dan J. L. Dodd. 2006. Signaling, Agency Theory, Accounting Policy Choice. *Accounting and Business Research*. 18(69):47-56.