

PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Juliya Susilowati
Juliya.Susilowati@gmail.com
Endang Dwi Retnani

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surabaya (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

Research is to examine the influence of Corporate Social Responsibility (CSR) and profitability to the firm value. The research samples are 15 food and beverages sector manufacturing companies which are listed in Indonesia Stock Exchange in 3-year periods. The sample collection technique by using purposive sampling. There are 7 sample companies with 3-year periods, so 21 observations have been obtained. The analysis method has been carried out by using multiple linear regressions model. The result of the research shows that Corporate Social Responsibility (CSR) has significant and positive This condition shows that when non-financial performance disclosure is getting better it will ease stakeholders in gaining information and it can be positive reaction to the market to increase stock price so it will attract investors to conduct investment activities. Meanwhile, profitability has significant and negative influence in which the management of the company is not succeed in increasing the firm value for the owner of the company in accordance with the objective of the financial management to maximize the firm value. The company has to re-correcting the prospect of the activities which have been run by the company.

Keywords: *corporate social responsibility (CSR), profitability, firm value.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. Sampel yang digunakan adalah perusahaan manufaktur Sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2012-2014 yang berjumlah 15 perusahaan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan secara *Purposive sampling*. Terdapat 7 perusahaan sampel dengan periode selama 3 tahun, sehingga diperoleh 21 observasi. metode analisis yang digunakan adalah model regresi linier berganda. Hasil Pengujian ini menunjukkan *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh signifikan dan positif Kondisi ini memperlihatkan semakin baik pengungkapan kinerja dari sisi non keuangan (*CSR*) memudahkan *stakeholder* dalam memperoleh informasi, dan juga dapat menjadi reaksi positif bagi pasar untuk meningkatkan harga saham sehingga menjadi daya tarik investor untuk melakukan kegiatan investasi. Sedangkan Profitabilitas berpengaruh signifikan dan negatif dimana manajemen perusahaan tidak berhasil meningkatkan nilai perusahaan bagi pemilik perusahaan sesuai dengan tujuan manajemen keuangan memaksimalkan nilai perusahaan. Untuk itu perusahaan harus mengoreksi kembali prospek kegiatan yang dijalankan perusahaan.

Kata Kunci: *corporate social responsibility (CSR), profitabilitas, nilai perusahaan.*

PENDAHULUAN

Perkembangan perekonomian dunia yang semakin maju menyebabkan persaingan bisnis yang semakin ketat sehingga setiap perusahaan harus mampu bersaing untuk dapat tumbuh menjadi perusahaan yang lebih baik. Persaingan tersebut mendorong para manajer perusahaan untuk berusaha lebih keras dalam mempertahankan posisi perusahaan dan dalam mengembangkan perusahaan. Berbagai cara dilakukan para manajer untuk menghadapi persaingan tersebut, salah satunya adalah dengan meningkatkan nilai perusahaan.

Nilai perusahaan merupakan gambaran suatu perusahaan dalam keadaan baik atau tidak. Nilai perusahaan yang baik menggambarkan bahwa tingkat kemakmuran pemegang

saham juga baik sehingga menjadi daya tarik investor untuk melakukan kegiatan investasi. 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 Social Responsibility (CSR)*. Dengan penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* kita dapat melihat kepedulian perusahaan terhadap lingkungan perusahaan maupun terhadap *stakeholder*. Sehingga penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* akan memberikan dampak positif bagi perusahaan maupun para *stakeholder*.

Dalam era globalisasi saat ini, perusahaan semakin menyadari bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* bukan hanya sekedar kegiatan amal melainkan suatu kegiatan yang harus dilakukan oleh perusahaan karena dengan penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* perusahaan mampu memperbaiki kejelekan sosial dan kerusakan lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan. Selain itu, kegiatan sosial dan lingkungan merupakan tingkat pengukuran untuk mengetahui apakah terdapat dampak positif ataupun negatif atas kehadiran perusahaan tersebut bagi masyarakat sekitar dan perusahaan juga perlu mendapatkan izin dari masyarakat sekitar sebagai legalitas bahwa perusahaan tersebut telah diterima oleh masyarakat sekitar.

Oleh karena itu, para perusahaan menganggap bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* sekarang ini menjadi tuntutan bagi perusahaan bukan lagi sebagai suatu hal yang bersifat sukarela saja. Laporan *Corporate Social Responsibility (CSR)* di Indonesia dilaporkan oleh perusahaan dalam laporan tahunan yang diatur dalam undang-undang No.40 tahun 2007 pasal 66 yang menyebutkan bahwa Direksi harus menyampaikan laporan tahunan yang harus memuat sekurang-kurangnya: (1) Laporan keuangan yang terdiri atas laporan laba-rugi, laporan perubahan ekuitas, laporan posisi keuangan, laporan arus kas, serta catatan atas laporan keuangan (2) Laporan mengenai kegiatan perseroan (3) Laporan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan (4) Rincian masalah yang timbul selama tahun buku yang mempengaruhi kegiatan usaha perseroan (5) Laporan mengenai tugas pengawasan yang telah dilaksanakan oleh Dewan Komisaris (6) Nama anggota Direksi dan anggota Dewan Komisaris (7) Gaji dan tunjangan bagi anggota Direksi atau honorarium dan tunjangan bagi anggota Dewan Komisaris Perseroan.

Selain itu, nilai perusahaan juga tercermin dari peningkatan atau penurunan harga saham. Penurunan dan peningkatan harga saham disebabkan oleh beberapa faktor salah satunya adalah profitabilitas. Tingkat profitabilitas yang tinggi menyebabkan harga saham akan meningkat. Dengan harga saham yang meningkat mencerminkan bahwa nilai perusahaan dalam keadaan baik. Oleh karena itu, semakin tinggi nilai profitabilitas perusahaan semakin baik nilai perusahaan dan sebaliknya, semakin baik perusahaan membayar *return* terhadap pemegang saham akan meningkatkan nilai perusahaan seperti yang dijelaskan oleh (Brigham dan Houston, 2004:120) menyatakan bahwa pemegang saham pastinya ingin mendapatkan tingkat pengembalian yang tinggi atas modal yang mereka investasikan.

Menurut Mahendra (dalam Kurnia, 2015) 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.

TINJAUAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Teori Stakeholder

Freeman (dalam Safitri, 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 berbagai pihak yaitu pemegang saham, investor, kreditor, pemerintah, pelanggan, karyawan perusahaan, dan masyarakat umum.

dalam mengembangkan *Stakeholder Theory*, memperkenalkan konsep *Stakeholder* dalam dua model antara lain: (1) Model kebijakan dan perencanaan bisnis yaitu *Stakeholder Theory* berfokus pada cara-cara yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mengelola hubungan perusahaan dengan *stakeholder-nya* (2) Model tanggung jawab social perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) dari manajemen *stakeholder* yaitu perencanaan dan analisis perusahaan diperluas dengan memasukkan pengaruh eksternal yang mungkin berlawanan bagi perusahaan seperti badan regulator (pemerintah dengan kepentingan khusus yang memiliki kepedulian terhadap masalah sosial) Freeman (dalam Safitri, 2015)

Pengungkapan *corporate social responsibility* merupakan salah satu strategi untuk menjaga hubungan dengan para *stakeholder* yang dapat dilakukan dengan memberikan informasi kinerja perusahaan baik dalam aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* diharapkan dapat memenuhi kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh para *stakeholder* dan agar dapat dukungan dari para *stakeholder* untuk keberlangsungan perusahaan. Adanya dukungan dan kinerja *stakeholder* yang baik dapat meningkatkan nilai perusahaan dan menjadi daya tarik para investor untuk melakukan kegiatan investasi karena investor yakin bahwa dengan kinerja dan dukungan para *stakeholder* dapat meningkatkan kinerja perusahaan.

Teori Sinyal

Suatu informasi dapat dikatakan bermanfaat apabila informasi tersebut benar atau seakan-akan digunakan dalam pengambilan keputusan oleh pemakai yang dituju, yang ditunjuk adanya asosiasi peristiwa dengan *return* (tingkat pengembalian), harga atau volume saham dipasar modal Suwardjono (dalam Anugrawati, 2015)

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 Rustiarini (2010)

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.

Corporate Social Responsibility (CSR)

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan menitikberatkan pada kesinambungan antara perhatian terhadap ekonomi, sosial dan lingkungan (Permanasari, 2010).

Selanjutnya berkembangnya “The Triple Bottom Line” *Profit, People dan Planet*. Yang dipopulerkan oleh John Elkington pada tahun 1997 menegaskan bahwa perusahaan juga memiliki tujuan untuk mencari keuntungan ekonomi (*Profit*). Perusahaan harus memiliki kepedulian sosial terhadap kesejahteraan para *stakeholder* perusahaan (*People*). Sedangkan (*Planet*) menunjukkan bahwa perusahaan ikut aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan sekitar perusahaan seperti mengelola limbah yang dihasilkan perusahaan dengan baik.

Prinsip-Prinsip tanggung jawab sosial (*social responsibility*) terdiri dari tiga hal (1) *Sustainability* berkaitan dengan bagaimana perusahaan melakukan aktivitasnya tetap memperhitungkan keberlanjutan sumber daya di masa depan (2) *Accountability* berkaitan dengan upaya perusahaan untuk terbuka dan bertanggung jawab atas aktivitas yang dilakukan karena akuntabilitas dibutuhkan ketika aktivitas perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal dalam membangun citra perusahaan. Sedangkan (3) *Transparency* berperan untuk mengurangi asimetri informasi, kesalahpahaman, khususnya informasi dan pertanggung jawab berbagai dampak dari lingkungan perusahaan. (Growther David dalam Hadi, 2011:96)

CSR merupakan kegiatan yang sangat bermanfaat bagi para perusahaan maupun bagi para *stakeholder*, Manfaat CSR antara lain (a) Meningkatkan citra perusahaan (b) Meningkatkan kesejahteraan para stakeholder (c) Meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar (d) Meningkatkan kinerja perusahaan (e) Meningkatkan kelestarian sekitar perusahaan.

Profitabilitas

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. (Kasmir, 2008:196)

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, 2008:197)

Manfaat yang diperoleh dalam penggunaan rasio profitabilitas (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 2008:197)

Profitabilitas dibedakan menjadi dua macam yaitu Profitabilitas ekonomis dan Profitabilitas modal sendiri. Profitabilitas ekonomi yaitu memperhatikan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba operasi dibandingkan dengan total aktiva yang digunakan untuk memperoleh laba tersebut. Sedangkan Profitabilitas modal sendiri difokuskan pada kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dibandingkan dengan jumlah modal sendiri yang digunakan untuk memperoleh laba tersebut. Laba yang diperhitungkan dalam profitabilitas ekonomi adalah laba sebelum bunga dan pajak. Sedangkan profitabilitas modal sendiri memperhitungkan laba setelah bunga dan pajak (Martono dan Agus Harjito, 2002:111).

Nilai Perusahaan

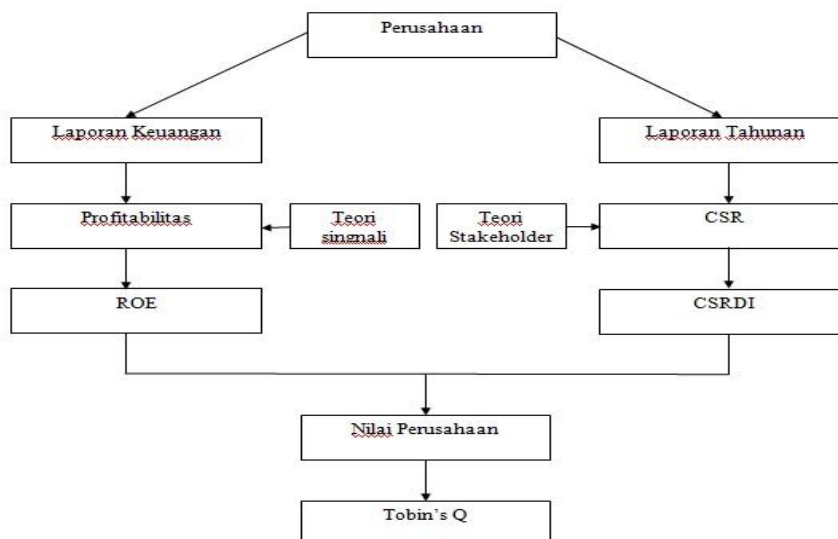
Nilai perusahaan merupakan gambaran kondisi tertentu yang ingin dicapai perusahaan sebagai bentuk kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan atas semua kegiatan yang dijadikan para investor sebagai persepsi dalam melakukan kegiatan investasi yang berkaitan dengan harga saham karena dengan meningkatkan nilai perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik dalam mensejahterakan para *stakeholder* perusahaan.

Soliha dan Taswa (dalam Kurnia, 2015) 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).

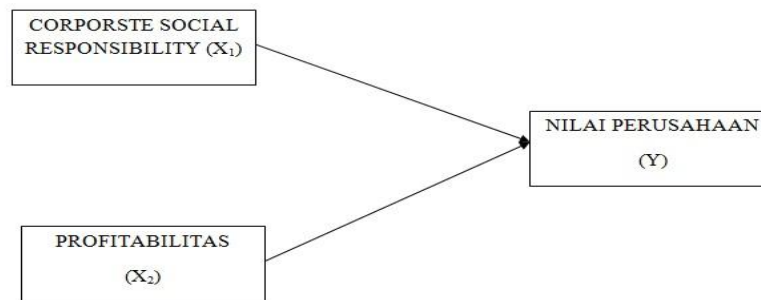
Rasio-rasio keuangan digunakan investor untuk mengetahui nilai perusahaan. Rasio tersebut dapat memberikan indikasi bagi manajemen mengenai penilaian investor terhadap kinerja perusahaan dimasa lampau dan prospeknya dimasa depan. Ada beberapa rasio untuk menilai perusahaan, salah satunya adalah Tobin's Q. James Tobin membangun teori Tobin's Q untuk mengukur kebijakan moneter dalam mempengaruhi perekonomian melalui pengaruh pada ekuitas. Tobin's mendefinisikan Tobin's Q sebagai nilai pasar perusahaan dibagi dengan biaya pergantian modal. Jika tingkat Tobin's Q tinggi maka nilai pasar perusahaan akan relative tinggi terhadap biaya perngganti modal. Sehingga pengeluaran investasi akan meningkat karena perusahaan dapat membeli lebih banyak barang investasi baru dengan hanya mengeluarkan sedikit ekuitasnya ataupun sebaliknya jika Tobin's Q rendah.

Rerangka Pemikiran



Gambar 1
Rerangka Pemikiran

Model Penelitian



Gambar 2
Model Penelitian

Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan Oleh Rimba (2010) tentang “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variable Moderating” menyimpulkan bahwa Variable CSR berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Dengan diperoleh hasil regresi 0,041 dan nilai t hitung sebesar 3,145 dengan signifikan 0,003 signifikannya lebih kecil dari tingkat signifikannya 0,05. Variable profitabilitas sebagai variable moderating tidak dapat mempengaruhi hubungan CSR dan Nilai Perusahaan. Dengan hasil MRA, diperoleh t hitung di ketahui sebesar 0,762 dengan signifikan sebesar 0,451.

Seperti penelitian yang dilakukan oleh Kurnia (2015) tentang “pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Kebijakan Utang dan *Growth Opportunity* terhadap Nilai perusahaan” mengemukakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan likuiditas, kebijakan utang dan *Growth Opportunity* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pada Penelitian selanjutnya oleh Prasekti (2015) Tentang “Pengaruh *Good Corporate Governance* (GCG), *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan”. Mengemukakan bahwa Rasio profit yang digunakan adalah *return on asset* (ROA) dan *return on equity* (ROE). Hasil penelitian menunjukkan bahwa GCG dan ROE berpengaruh dengan arah positif terhadap nilai perusahaan. Perbedaan terletak pada variable, tinjauan teoritis, perusahaan, dan tahun penelitian.

Pada Penelitian selanjutnya Munawaroh A. (2014) tentang “Pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel moderating” hasil penelitian menunjukkan bahwa *Return On Asset* (ROA) berpengaruh negative signifikan terhadap nilai perusahaan, *Return On Equity* (ROE) dan *Net Profit Margin* (NPM) berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan *Variabel Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak mampu mempengaruhi hubungan antara *Return On Equity* (ROE) terhadap nilai perusahaan

Arik (2013) meneliti tentang “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variable Moderating” sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sektor makanan dan minuman yang *Listing* di Bursa Efek Indonesia selama 3 tahun periode observasi (2009-2011). Data dikumpulkan menggunakan *Moderated Regression Analysis* (MRA). hasil penelitian Menunjukkan bahwa pengungkapan CSR mempunyai pengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan dan

Profitabilitas sebagai *variable moderating* tidak dapat mempengaruhi hubungan pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan.

Hipotesis

Pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap Nilai Perusahaan

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dilaksanakan oleh perusahaan dengan tujuan untuk memberikan informasi yang dibutuhkan oleh para *stakeholder* baik dalam aspek ekonomi, sosial 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 kinerja perusahaan. Meningkatkan citra dan kinerja perusahaan menjadi daya tarik investor dalam melakukan kegiatan investasi karena dengan citra dan kinerja perusahaan yang meningkat dapat meningkatkan harga saham. Meningkatnya harga saham suatu perusahaan mencerminkan bahwa nilai perusahaan meningkat. Oleh karena itu, pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh terhadap nilai perusahaan seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Prasekti (2015) yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan arah positif. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:
 H_1 : *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh positif terhadap Nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin baik nilai 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. Dengan terwujudnya kemakmuran pemegang saham yang baik dapat menjadi sinyal positif bagi reaksi pasar yang mampu meningkatkan harga saham sehingga para investor akan tertarik untuk melakukan investasi dengan perusahaan tersebut. Peningkatan harga saham mencerminkan bahwa meningkatkan nilai perusahaan meningkat. Hal ini seperti penelitian yang dilakukan oleh Fandini (2013), Kurnia (2015), Pangulu (2013), dan Hemastuti (2014) yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H_2 : Profitabilitas berpengaruh Positif terhadap Nilai Perusahaan

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi.

Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Analisis data dalam kuantitatif yaitu menggunakan statistik deskriptif. Menurut Sugiyono (1999:29) menjelaskan bahwa statistil deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul baik melalui table, grafik, diagram, perhitungan modus, mean, median maupun perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata atau standar deviasi.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang berjumlah 15 Perusahaan. Periode pengamatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah 3 tahun yang dimulai pada tahun 2012-2014.

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 2012-2014

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 sampai periode 31 Desember 2014 (2) Perusahaan Sektor makanan dan minuman yang Mempublikasikan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dalam laporan tahunan dan laporan keuangan 2012-2014 secara berturut-turut.

Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa dokumen laporan tahunan dan laporan keuangan pada sektor Makanan dan Minuman mulai tahun 2012-2014 yang telah terpublikasi di Bursa Efek Indonesia (BEI).

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 pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kepustakaan. Peneliti mengumpulkan data dari Bursa Efek Indonesia yang ada di Kampus STIESIA Surabaya seperti laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan yang bergerak pada sektor Makanan dan Minuman serta juga diperoleh dari *Indonesia Capital Market Directory (ICMD)*.

Definisi Oprasional Variabel dan Pengukuran

Variabel independen

1. *Corporate Social Responsibility* 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. Pengungkapan tanggung jawab sosial diukur dengan proksi CSRDI (*Corporate Social Responsibility Disclosure Index*). 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 di ungkapkan diberi nilai 0. Selanjutnya skor dari keseluruhan item dijumlahkan agar dapat memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Sayekti dan Wondabio (2007) 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 di ungkapkan, dengan demikian 0≤CSRDI≤1.

N_j = Jumlah item untuk perusahaan j, n_j≤78

2. Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. *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 and Houston (2004:88).

Kasmir (2008:196) menyatakan bahwa rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri secara keseluruhan menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Semakin tinggi tingkat *return on equity* maka semakin baik. Artinya posisi pemilik akan semakin kuat dan sebaliknya jika tingkat *Return On Equity* semakin rendah maka posisi pemilik perusahaan akan semakin lemah sehingga nilai perusahaan akan rendah. Berikut rumus perhitungan *Return On Equity*.

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

Variabel Dependen

Nilai perusahaan didefinisikan 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. Rika dan Islahudin (dalam Retno dan Priantinah, 2013)

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 (*Closing Price* x Jumlah saham yang beredar)

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

D = Nilai buku dari total yang diperoleh dari Total hutang

Teknik Analisis Data

Uji Asumsi Klasik

Pada penelitian ini dilakukan 'evaluasi ekonometri' terhadap model persamaan regresi agar memenuhi syarat sebagai *Best Linear Unbiased Estimator* (BLUE)

1. Uji Normalitas. Menurut Ghazali (2011:160) digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variable independen dan variable 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 variable independen.
2. Uji Multikolinieritas. Menurut Ghazali (2011:105) bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variable independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variable independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas dalam penelitian ini dilihat dari *Variance Inflation Factor* (VIF) dari masing-masing variabel bebas di sekitar nilai 1 atau maksimal mencapai 10 (di bawah 10 masih ditoleransi).

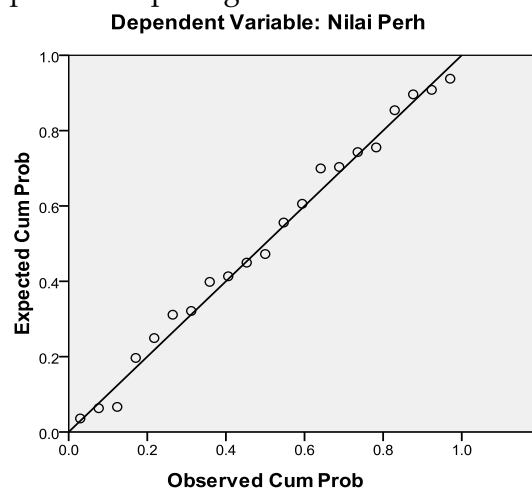
3. Uji Autokorelasi. Bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier terdapat korelasi antara residual pada periode t dengan residual periode $t-1$ (sebelumnya). Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi adalah dengan uji *Durbin Watson* (DW). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala autokorelasi maka dapat dilihat dari tabel *Durbin-Watson* kriteria pengambilan keputusannya antara lain: (a) Angka DW < -2 artinya autokorelasi positif (b) Angka DW diantara -2 sampai 2 , artinya tidak ada autokorelasi (c) Angka DW > 2 , artinya autokorelasi negative.
4. Uji Heteroskedastisitas. Untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan *Variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain berbeda disebut heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan menggunakan Grafik *scatterplot*. 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.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variable residual memiliki distribusi data yang normal atau tidak. Model regresi yang baik yaitu regresi yang memiliki distribusi data yang normal, Salah satu cara untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka asumsi kenormalan terpenuhi. Hasil pengujian tersebut dapat dilihat pada gambar di bawah ini :



Gambar 3

Hasil Uji Normalitas Data

Sumber: Output SPSS

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variable bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variable independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas dalam penelitian ini dilihat dari *variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai tolerance $> 0,10$ atau nilai VIF < 10 , maka model regresi berganda tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 1
Hasil Uji Multikoloniaritas
Coefficients(a)

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
CSR	.958	1.044
ROE	.958	1.044

a. Dependent Variable: Nilai Perh

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas yang ditampilkan pada lampiran, menunjukkan bahwa besarnya nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai *VIF* < 10, maka dari seluruh variabel telah memenuhi kriteria, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas dalam model regresi yang digunakan.

Uji Autokolerasi

Uji Autokorelasi Bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu residual pada periode t dengan residual periode t-1(sebelumnya). Model regresi yang baik yaitu jika tidak terjadi adanya autokorelasi. Cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi adalah dengan uji *Durbin Watson* (DW). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala autokorelasi maka dapat dilihat dari table *Durbin-Watson*.

Tabel 2
Uji Autokorelasi
Model Summary(b)

model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.613 ^a	.376	.307	.8859780	1.275

a. Predictors: (Constant), ROE, CSR

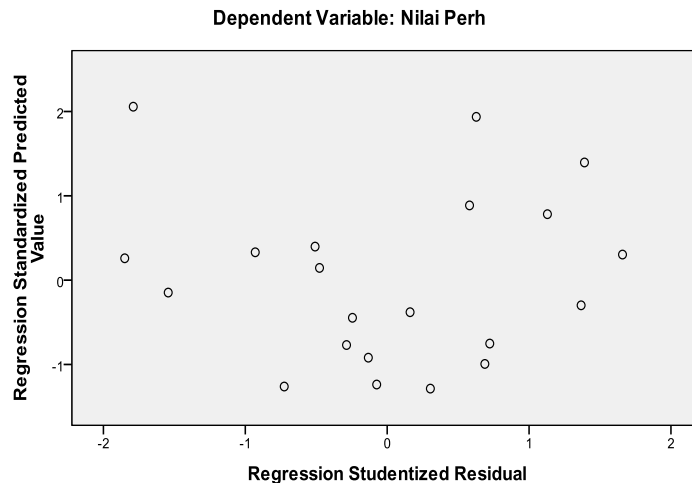
b. Dependent Variable: Nilai Perh

Sumber: Output SPSS

Dari table di atas dapat diketahui nilai D-W sebesar 1.275, sedangkan alat deteksi yang dijadikan acuan angka D-W di bawah -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi, maka dapat dinyatakan tidak terdapat autokorelasi variabel bebas terhadap variabel terikat.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu ke lainnya. Jika *variance* dari satu residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara yang digunakan untuk menguji apakah terjadi heteroskedastisitas atau tidak pada suatu model yaitu dapat dilihat pada Gambar *scatterplot*. Deteksi ada tidaknya *Heteroskedastisitas* dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada gambar *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual (Y prediksi - Y sesungguhnya) yang telah di *studentized*. Adapun grafik *scatterplot* yang telah didapat dari hasil analisa adalah sebagai berikut :



Gambar 4

Hasil Uji Heterokedastisitas

Sumber: Output SPSS

Dapat diketahui dari grafik *scatterplot* tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi *heteroskedastisitas*. Jadi dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung heterokedastisitas.

Pengujian Hipotesis

Hasil koefisien determinasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* (X_1), *Return on Equity (ROE)* (X_2) terhadap Nilai Perusahaan (TOBINS'Q) (Y) dapat dilihat hasilnya pada tabel berikut :

Tabel 3
Hasil Koefisien Determinasi
Pengaruh CSR (X_1) dan ROE (X_2) Terhadap TOBINS'Q (Y)

model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.613 ^a	.376	.307	.8859780	1.275

a. Predictors: (Constant), ROE, CSR

b. Dependent Variable: Nilai Perh

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan tabel diatas, dapat menunjukkan bahwa R Square sebesar 0,376. Dapat disimpulkan bahwa 37,6% variabel nilai perusahaan dipengaruhi oleh *Corporate Social Responsibility (CSR)* (X_1) dan profitabilitas yang diukur dengan (ROE) sedangkan 62,4% sisanya dipengaruhi oleh faktor diluar variabel dalam penelitian ini.

Uji Kelayakan Model (F)

Uji Kelayakan Model (Uji F) digunakan untuk menguji apakah model regresi layak digunakan atau tidak. Hal ini dapat diketahui tingkat signifikan variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini digunakan untuk menguji ketepatan *Corporate Social Responsibility (CSR)* (X_1), *Return on Equity (ROE)* (X_2) terhadap Nilai Perusahaan (TOBINS'Q) (Y).

Tabel 4
Hasil Uji Kesesuaian Model
Pengaruh CSR (X₁) dan ROE (X₂) Terhadap TOBINS'Q (Y).

ANOVA ^b						
Model		Sum of square	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8.528	2	4.264	5.432	.014 ^a
	Residual	14.129	18	.785		
	Total	22.657	20			

a. Predictors: (Constant), ROE, CSR

b. Dependent Variable: Nilai Perh

Sumber : Output SPSS

Karena tingkat signifikansi $F_{hitung}(X)$ sebesar 0,014 lebih kecil daripada tingkat signifikansi 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan dari faktor variabel bebas yaitu *Corporate Social Responsibility (CSR) (X₁)*, *Return on Equity (ROE) (X₂)* terhadap Nilai Perusahaan (*TOBINS'Q (Y)*).

Uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh secara parsial antara variabel-variabel bebas berupa *Corporate Social Responsibility (CSR) (X₁)*, *Return on Equity (ROE) (X₂)* terhadap Nilai Perusahaan (*TOBINS'Q (Y)*).

Tabel 5
Hasil Analisis Uji t
Pengaruh CSR (X₁) dan ROE (X₂) terhadap TOBINS'Q (Y)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.061	1.419		4.270	.000
	CSR	.181	.055	.626	3.289	.004
	ROE	-.017	.019	-.167	-.877	.039

a. Dependent Variable: Nilai Perh

Sumber: Output SPSS

t_{hitung} *Corporate Social Responsibility (CSR) (X₁)* sebesar 3,289 dengan tingkat signifikan 0,004 menunjukkan bahwa tingkat signifikan lebih kecil dari batas signifikan sebesar 0,05 berarti H_0 ditolak H_1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari faktor variabel bebas yaitu *Corporate Social Responsibility (CSR) (X₁)* terhadap Nilai Perusahaan (*TOBINS'Q (Y)*).

Sedangkan t_{hitung} *Return on Equity (ROE) (X₂)* sebesar -0,877 dengan tingkat signifikan 0,039 menunjukkan bahwa tingkat signifikan lebih kecil dari batas signifikan sebesar 0,05 berarti H_0 ditolak H_1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari faktor variabel bebas yaitu *Return on Equity (ROE) (X₂)* terhadap Nilai Perusahaan (*TOBINS'Q (Y)*).

Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan dari hasil analisis dengan menggunakan program SPSS maka diperoleh hasil regresi antara kompensasi non finansial terhadap kinerja sebagai berikut :

Tabel 6
Hasil Regresi Pengaruh CSR (X₁) dan ROE (X₂) Terhadap TOBINS'Q (Y)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	6.061	1.419	
	CSR	.181	.055	.626
	ROE	-.017	.019	-.167

a. Dependent Variable : Nilai Perh

Sumber : Output SPSS

Dari hasil regresi yang didapat maka dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut:
 $Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$

$$Y = 6,061 + 0,181\text{CSR} + -0,017\text{ROE} + \epsilon$$

Nilai Konstanta bahwa nilai konstanta positif sebesar 6,061 menunjukkan bahwa besarnya variable independen yang terdiri dari *Corporate Social Responsibility* dan profitabilitas sama dengan nol atau konstan maka besarnya variable dependen adalah 6,061

Nilai Koefisien CSR bahwa nilai koefisien untuk variable *Corporate Social Responsibility* yaitu bernilai positif sebesar 0,181 artinya variable *Corporate Social Responsibility* memiliki hubungan positif dengan nilai perusahaan. Hal ini berarti bahwa jika terjadi kenaikan tingkat *Corporate Social Responsibility* sebesar 1% maka nilai perusahaan mengalami kenaikan 0,181 atau sebaliknya.

Nilai Koefisien ROE bahwa nilai koefisien untuk variable ROE yaitu bernilai negatif sebesar -0,017 artinya variable ROE memiliki hubungan Negatif (Berlawanan) dengan nilai perusahaan. Hal ini berarti bahwa jika terjadi kenaikan tingkat *Corporate Social Responsibility* sebesar 1% maka nilai perusahaan mengalami Penurunan -0,017 atau sebaliknya.

Pembahasan

Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Nilai Perusahaan

Tanggung jawab social atau yang sering dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan perusahaan baik dalam aspek ekonomi, sosial dan lingkungan diluar kepentingan perusahaan dengan tujuan untuk mempertahankan posisi perusahaan untuk keberlanjutan perusahaan. Berdasarkan hasil uji hipotesis dapat dilihat bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) (X₁) diketahui tingkat signifikansi dari *Corporate Social Responsibility* (CSR) (X₁) sebesar 0,004 lebih kecil daripada tingkat signifikansi 0,05, maka H₀ ditolak dan H₁ diterima dan dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) (X₁) berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap Nilai Perusahaan. Dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang baik dilakukan perusahaan untuk memudahkan para *Stakeholder* dalam memperoleh informasi yang dibutuhkan baik dalam aspek ekonomi, sosial maupun lingkungan. Selain itu, perusahaan juga berharap dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat menjaga hubungan yang baik dengan para *stakeholder* dan dapat meningkatkan kinerja perusahaan karena dengan hal-hal tersebut dapat menjadi reaksi yang positif bagi pasar untuk meningkatkan harga saham. Meningkatnya harga saham mencerminkan bahwa nilai perusahaan adalah meningkat sehingga menjadi daya tarik para investor untuk melakukan kegiatan investasi dengan perusahaan tersebut. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Prasekti (2015), Rimba (2010), Arik (2013), Permanasari (2010) yang menyatakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Akan tetapi penelitian ini bertentangan dengan yang dilakukan oleh Agustine (2014), Retno dan Priantinah (2012) yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh signifikan.

Profitabilitas (ROE) terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba baik yang berasal dari penjualan maupun berasal dari pendapatan investasi. Rasio profitabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Return On Equity* (ROE). Rasio ini digunakan untuk mengukur laba setelah pajak dengan modal yang dimiliki perusahaan. Menurut Brigham and Houston (2004) menyatakan bahwa *Return On Equity* (ROE) menunjukkan seberapa baik tingkat pengembalian yang di dapatkan investor dalam kegiatan investasi yang dilakukan. Semakin tinggi profitabilitas yang dimiliki perusahaan dan perusaah tersebut berhasil membukukan laba yang terus meningkat akan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut berjalan dengan baik, sehingga akan menciptakan respon yang baik bagi para investor. Berdasarkan hasil Uji hipotesis dalam penelitian menunjukkan bahwa tingkat signifikan Variabel *Return on Equity* (ROE) (X_2) 0,039 lebih kecil daripada tingkat signifikansi 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Jadi dengan tingkat signifikan 5% dapat disimpulkan bahwa *Return on Equity* (ROE) (X_2) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (TOBINS'Q) (Y). ROE berpengaruh signifikan dengan arah Negatif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kusumawardani (2010) menyatakan bahwa dengan profitabilitas perusahaan yang meninggkat namun perusahaan tidak mampu memberikan kemakmuran kepada pemegang saham sehingga manajemen tidak berhasil meningkatkan nilai perusahaan bagi pemilik perusahaan sesuai dengan tujuan manajemen keuangan memaksimalkan nilai perusahaan. Untuk itu perusahaan harus mengoreksi kembali prospek kegiatan yang dijalankan perusahaan agar lebih produktif. Sehingga para pemegang saham akan merasakan keuntungan yang lebih besar dari biaya modalnya. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kurnia (2015), Fandini (2013), Pangulu (2014) dan Hemastuti (2014) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif Semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin baik nilai 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. Dengan terwujudnya kemakmuran pemegang saham yang baik dapat menjadi sinyal positif bagi reaksi pasar yang mampu meningkatkan harga saham sehingga para investor akan tertarik untuk melakukan investasi.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil uji R^2 dan hasil dari R square sebesar 0,376 yang berarti bahwa variabel dependen (TOBINS'Q) yang dapat di jelaskan oleh variabel independen 37,6% dan sisanya 62,4 di jelaskan variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi. Dari hasil uji F diketahui hasil menunjukan pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) (X_1), *Return on Equity* (ROE) (X_2) terhadap Nilai Perusahaan (TOBINS'Q) (Y), hal ini dapat diketahui nilai signifikan sebesar 0,014. Jadi dapat dikatakan model regresi sudah tepat.

Berdasarkan hasil dari regresi yaitu pada Uji t untuk variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) (X_1) memiliki tingkat signifikan sebesar 0,004. Nilai signifikansi lebih kecil dari alpha 0,05 sehingga hipotesis pertama diterima dan dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) (X_1) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (TOBINS'Q) (Y).

Pengaruh variabel *Return on Equity* (ROE) (X_2) memiliki tingkat signifikan 0,039. Nilai signifikansi lebih kecil dari alpha 0,05 sehingga hipotesis kedua diterima dan dapat disimpulkan bahwa *Return on Equity* (ROE) (X_2) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (TOBINS'Q) (Y).

Saran

Adapun saran yang dapat diberikan dalam memperbaiki dan mengembangkan penelitian ini bagi : (1) Perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI diharapkan agar dapat Memanfaatkan Profitabilitas yang dimiliki perusahaan dengan baik untuk meningkatkan tingkat laba melalui pengelolaan modal karena dengan pengelolaan modal yang baik dapat meningkatkan *Return On Equity*. (2) Peneliti selanjutnya diharapkan agar dapat menambah obyek penelitian dan sebaiknya menggunakan rujukan yang terbaru serta variabel penelitian yang digunakan sebaiknya lebih banyak dibandingkan dengan penelitian sebelumnya sehingga dapat memberikan hasil penelitian yang lebih baik. (3) Investor di sarankan untuk tidak hanya mempertimbangkan hasil kinerja keuangan (profitabilitas) saja tetapi juga mempertimbangkan dari hasil *Corporate Social Responsibility* (non Keuangan) karena penerapan CSR perusahaan perlu diterapkan dalam mengambil keputusan untuk Melakukan kegiatan investasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anugrahwati, M.A. 2015. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Informasi Keuangan Terhadap Abnormal Return Pada Sektor makanan dan minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Skripsi*. STIESIA. Surabaya.
- Agustine, I. 2014. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Finesta*2(1):42-47
- Arik, N. 2013. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel moderating. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*.2(13).
- Brigham dan Houston. 2004. *Fundamentals of Financials Managemen* (Dasar-Dasar Manajemen Keuangan). Salemba Empat. Jakarta.
- Fandini, F.R. 2013. Pengaruh Profitabilitas dan Struktur Kepemilikan terhadap Nilai Perusahaan dengan Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan dan Kebijakan Deviden sebagai Variabel Moderasi. *Skripsi*. Universitas Pasundan. Bandung.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Edisi kelima. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Edisi Pertama. Cetakan pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Hemastuti, C.P. 2014. Pengaruh Probabilitas, Kebijakan Deviden, Kebijakan Hutang, Keputusan Investasi dan kepemilikan Insider Terhadap Nilai Perusahaan (kebijakan empiris perusahaan di Bursa Efek Indonesia Periode tahun 2009-2012). *Skripsi*. STIESIA. Surabaya.
- Kasmir. 2008. *Analisis Laporan Keuangan*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Kurnia, E. 2015. Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Kebijakan Utang dan Growth Opportunity Terhadap nilai Perusahaan. *Skripsi*. STIESIA. Surabaya.
- Kusumawardani, A. 2010. Analisis Pengarus EPS, PER, ROE, FL, DER, CR, ROA pada harga saham dan dampaknya terhadap kinerja perusahaan LQ45 yang terdaftar di BEI periode 2005-2009. *Skripsi*. Universitas Gunadarma. Jakarta.
- Martono dan D. A Harjito. 2002. *Manajemen Keuangan*. Edisi Pertama. Cetakan Kedua. Ekonisisa. Yogyakarta.
- Munawaroh, A. 2014. Pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel moderating. *Jurnal Ilmu dan Riset akuntansi*.3(4)
- Nugroho, W.A. 2012. Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta.
- Pangulu, A.L. 2013. pengaruh Profitabilitas, Growth Opportunity, dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada perusahaan Perbankan yang Terdaftar Di BEI periode 2011-2013). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* 3(1): 1-13.

- Permanasari, W.I. 2010. Pengaruh Kepemilikan Manajemen, Kepemilikan Institusional, dan Corporate Sosial Responsibility terhadap Nilai Perusahaan. *Skripsi*. STIESIA. Surabaya.
- Prasekti, R.P. 2015. Pengaruh Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, dan Probabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Skripsi*. STIESIA. Surabaya.
- Retno, D.R dan D. priantinah. 2013. Pengaruh Good Corporate Governance dan pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan (Studi empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI periode 2007-2010). *Jurnal Nominal* 1(1).
- Rimba, K. 2010. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating. *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Rustiarini, N.W. 2010. Pengarug *Corporate Governance* pada hubungan *Corporate Social Responsibility* dan Nilai Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi XIII*. Purwokerto.
- Safitri, D.A. 2015. Dampak Pengungkapan Sustainability Report Terhadap Kinerja Keuangan dan Pasar. *Skripsi*. STIESIA. Surabaya.
- Sayekti, Y dan L.S. Wondabio. 2007 Pengaruh CSR Disclosure terhadap Earning Response Coefficient. *Simposium Nasional Akuntansi IX*. Makasar.
- Sugiyono.1999. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan pertama. Alfabeta. Bandung.

