

## PENGARUH KINERJA KEUANGAN, DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN FOOD AND BEVERAGES

Irsalina 'izazi

[Irsalina888@gmail.com](mailto:Irsalina888@gmail.com)

Triyonowati

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

### ABSTRACT

*This research aimed to find out the effect of Earning Per Share, Price Earning Ratio and Price Book Value on initial return of companies who had IPO or initial offer at Indonesia Stock Exchange. The population was companies who had IPO or initial offer at Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2018. While, the data collection technique used purposive sampling, in which the sample was based on criteria given. In line with, there were 55 companies as sample. Moreover, the data analysis technique used multiple linear regression with SPSS (Statistical Product and Service Solutions). According to the testing result, it showed Earning Per Share, Price Earning Ratio and Price Book Value were properly used as predictor on fluctuation initial return. Meanwhile, partially, Earning Per Share had negative and significant effect on initial return. On the other hand, Price Earning Ratio had positive but insignificant effect on initial return. Likewise, Price Book Value had positive and insignificant effect on initial return.*

**Keyword :** Earning Per Share, Price Earning Ratio, Price Book Value, Initial Return

### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini guna mengetahui serta menganalisis pengaruh *return on asset*, *return on equity* dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Populasi penelitian adalah perusahaan-perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2018. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian menggunakan *purposive sampling*, dengan sampel penelitian yang di dapat berjumlah dua belas perusahaan. Adapun teknik analisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil pengujian menunjukkan *return on asset*, *return on equity* maupun *corporate social responsibility* layak untuk dijadikan prediktor terhadap naik turunnya nilai perusahaan dengan tingkat koefisien determinasi sebesar 91,4% menunjukkan besarnya kontribusi yang diberikan ketiga variabel tersebut terhadap naik turunnya nilai perusahaan adalah besar. Hasil pengujian secara parsial memperlihatkan *return on asset* dan *return on equity* masing-masing berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan *corporate social responsibility* tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci : Kinerja Keuangan, Corporate Social Responsibility dan nilai perusahaan

### PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis yang semakin hari semakin modern menuntut perusahaan untuk bisa berkompetisi dengan ketat dengan perusahaan-perusahaan yang baru bermunculan, perusahaan juga dituntut untuk dapat memertahankan usahanya guna mendapatkan profit yang sesuai dengan keinginan. Dunia usaha juga tidak hanya memperhatikan aspek keuangan saja namun juga perusahaan dituntut untuk focus dalam memperhatikan aspek sosial pada kondisi eksternal yang merupakan tanggung jawab social kepada *stakeholders*.

Dalam jangka pendek perusahaan bertujuan memperoleh laba secara maksimal dengan menggunakan sumber daya yang ada, sementara dalam jangka panjang tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Sebagaimana dinyatakan oleh Brigham dan Houston (2011:132) bahwa tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan melalui kemakmuran para pemegang saham. Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon investor seandainya suatu perusahaan akan dijual, (Sartono, 2011; 97). Dalam pernyataan Harmono (2011:233) menyebutkan bahwa nilai perusahaan adalah

cerminan dari harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan. Husnan (2016:6) menyatakan bahwa nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayarkan oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual.

Nilai perusahaan ditentukan oleh *earning power* atau *Price Book Value* (PBV) dari aset perusahaan, nilai perusahaan dapat dilihat juga dengan bagaimana perusahaan mampu dalam membayar deviden. Apabila deviden yang di bayar perusahaan semakin tinggi maka harga saham perusahaan cenderung tinggi sehingga nilai perusahaan juga tinggi. Dalam penelitian hanya akan menggunakan PBV dalam mengukur nilai perusahaan berdasarkan perbandingan antara harga pasar saham dengan nilai buku persaham. Harga pasar saham yang digunakan adalah harga yang berdasarkan *closing price* pada akhir tahun pelaporan perusahaan.

Nilai perusahaan dapat mencerminkan nilai asset yang dimiliki perusahaan seperti surat-surat berharga. Saham merupakan salah satu surat berharga yang dikeluarkan oleh perusahaan, tinggi rendahnya harga saham banyak dipengaruhi oleh kondisi emiten. Kemampuan perusahaan membayar dividen merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi harga saham. Bagi perusahaan yang menerbitkan saham di pasar modal, harga saham yang diperjual belikan di bursa merupakan indikator nilai perusahaan. Memaksimumkan nilai pasar perusahaan sama dengan memaksimumkan harga pasar saham.

Kinerja keuangan perusahaan memiliki peran penting dalam kebijakan deviden, dimana kebijakan ini pada akhirnya dapat memaksimumkan nilai perusahaan. Kinerja keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana perusahaan tersebut telah melaksanakan dan mempergunakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar (Fahmi, 2011: 73). Marfuah dan Nindya, (2017) mengungkapkan kinerja keuangan suatu perusahaan menunjukkan kaitan yang cukup erat dengan penilaian mengenai sehat atau tidak sehatnya suatu perusahaan. Dalam menjalankan kegiatan operasional memiliki kewajiban menaati dan bertindak sesuai dengan norma dan peraturan yang ada dalam masyarakat agar perusahaan dikatakan sebagai perusahaan yang legitimate/sah

Kinerja keuangan dalam penelitian ini di proksi dengan profitabilitas. Sudana, (2011:22) mengemukakan bahwa profitabilitas merupakan suatu indikator kinerja yang dilakukan oleh manajemen perusahaan dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan perusahaan. Secara teori kinerja keuangan yang diproksi melalui profitabilitas atau tingkat keuntungan yang diperoleh oleh sebuah entitas akan mempengaruhi besarnya jumlah deviden yang dibayarkan kepada para pemegang saham. Apabila profitabilitas perusahaan baik maka para *stakeholders* yang terdiri dari kreditur, *supplier*, dan juga investor akan melihat sejauh mana perusahaan dapat menghasilkan laba dari penjualan dan investasi perusahaan. Jadi secara teoritis semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dicapai perusahaan maka semakin tinggi nilai suatu perusahaan (Weston dan Coveland dalam Cecilia 2016).

Disamping kinerja keuangan faktor lain yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* merupakan salah satu upaya yang dilakukan perusahaan untuk dapat memenuhi kepentingan *stakeholders* dan menjamin keberlangsungan perusahaan jangka panjang. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Tanggung jawab sosial perusahaan itu sendiri dapat digambarkan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non-keuangan berkaitan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya, yang dapat dibuat dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial terpisah

(Wijayanti, 2011). CSR dianggap dapat menegaskan *brand differentiation* perusahaan, sarana untuk memperoleh *license to operate*, baik dari pemerintah maupun masyarakat, serta sebagai *strategy risk management* perusahaan.

Pengungkapan kinerja lingkungan, sosial, dan ekonomi di dalam laporan tahunan atau laporan terpisah adalah untuk mencerminkan tingkat akuntabilitas, responsibilitas, dan transparansi korporat kepada investor dan *stakeholders* lainnya. Pengungkapan tersebut bertujuan untuk menjalin hubungan komunikasi yang baik dan efektif antara perusahaan dengan publik dan *stakeholders* lainnya tentang bagaimana perusahaan telah mengintegrasikan *corporate social responsibility* (CSR): lingkungan dan sosial, dalam setiap aspek kegiatan operasinya. Selain itu, perusahaan juga dapat memperoleh legitimasi dengan memperlihatkan tanggung jawab sosial melalui pengungkapan CSR dalam media termasuk dalam laporan tahunan perusahaan. Semakin banyak bentuk pertanggung jawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, *image* perusahaan menjadi meningkat. Para investor juga akan lebih berminat kepada perusahaan yang mempunyai citra yang baik, semakin baik citra perusahaan maka loyalitas konsumen semakin tinggi sehingga dalam waktu penjualan perusahaan akan membaik dan profitabilitas perusahaan juga meningkat (Maryanti, 2017)

*Legitimacy theory* menyatakan bahwa organisasi beroperasi berdasarkan sistem nilai yang sama dengan sistem nilai yang dimiliki oleh masyarakat. *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangan (*financial*) saja. Tapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom line*. Di sini *bottom lines* lainnya selain *financial* juga ada sosial dan lingkungan, karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*). Keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup. Sudah menjadi fakta bagaimana reaksi masyarakat sekitar, diberbagai tempat serta waktu yang berbeda akan muncul kepermukaan terhadap perilaku perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan aspek-aspek sosial, ekonomi dan lingkungan hidupnya (Kusumadilaga, 2010).

Beberapa penelitian terdahulu berkaitan dengan kinerja keuangan yang diukur melalui profitabilitas dalam mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya dilakukan oleh Harningsih (2019) memperlihatkan kinerja keuangan (ROA) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Demikian juga hasil penelitian yang dilakukan oleh Ardimas dan Wardoyo (2014) memperlihatkan kinerja keuangan baik yang diukur melalui ROA dan ROE memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian yang dilakukan oleh Ardila (2017) justru memperlihatkan ROA berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hasil berbeda juga tunjukkan oleh Novianto (2008) yang memperlihatkan ROE berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian selanjutnya berkaitan dengan pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dilakukan oleh Wulandari (2018) dan Dwianika (2018) memperlihatkan *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ardimas dan Wardoyo (2014) serta Sari (2018) memperlihatkan *corporate social responsibility* berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan uraian latar belakang dan adanya *research gap* dari penelitian sebelumnya yang telah dikemukakan di atas, maka judul penelitian yang diambil penulis adalah "Pengaruh Kinerja Keuangan, dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan "

Perumusan masalah yang dapat dikemukakan dalam penelitian ini antara lain: 1) Apakah *return on asset* berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?, 2) Apakah *return on equity*

berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?, 3) Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?. Sedangkan tujuan penelitian ini adalah: 1) Pengaruh *return on asset* terhadap nilai perusahaan. 2) Pengaruh *return on equity* terhadap nilai perusahaan. 3) Pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

## TINJAUAN TEORITIS

### *Legitimacy theory*

*Legitimacy theory* perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai *justice*, dan bagaimana perusahaan menanggapi berbagai kelompok kepentingan untuk melegitimasi tindakan perusahaan (Haniffa et al., dalam Permanasari, 2010). Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan ke depan. Hal itu dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengonstruksi strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri di tengah lingkungan masyarakat yang semakin maju. Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian, legitimasi merupakan manfaat atau sumber daya potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup, (Cecilia, 2016). Oleh karena itu perusahaan semakin menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan juga tergantung dari hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungan dimana perusahaan tersebut menjalankan setiap aktivitasnya.

Jika terjadi ketidakselarasan antara sistem nilai perusahaan dan sistem nilai masyarakat, maka perusahaan akan kehilangan legitimasinya dan selanjutnya akan mengancam kelangsungan hidup perusahaan. Keselarasan antara tindakan organisasi dan nilai-nilai masyarakat ini tidak selamanya berjalan seperti yang diharapkan. Tidak jarang akan terjadi perbedaan potensial antara organisasi dan nilai-nilai sosial yang dapat mengancam legitimasi perusahaan bahkan dapat membuat perusahaan tersebut ditutup.

Suchman (dalam Permanasari, 2010) memberikan definisi mengenai *organisational legitimacy* sebagai berikut: *Legitimacy is a generalized perception or assumption that the actions of an entity are desirable, proper, or appropriate within some socially constructed system of norms, values, beliefs, and definitions..* Ini berarti bahwa *society judge* organisasi berdasarkan atas *image* (citra) yang akan perusahaan ciptakan untuk perusahaan itu sendiri. Selanjutnya organisasi dapat menetapkan legitimasi mereka dengan memadukan antara kinerja perusahaan dengan ekspektasi atau persepsi publik.

Ketika terdapat kesenjangan antara pengharapan dari masyarakat dan perilaku sosial perusahaan, maka akan muncul masalah. Barkemeyer (2007) mengungkapkan bahwa penjelasan tentang kekuatan teori legitimasi organisasi dalam konteks tanggung jawab sosial perusahaan di negara berkembang terdapat dua hal; pertama, kapabilitas untuk menempatkan motif maksimalisasi keuntungan membuat gambaran lebih jelas tentang motivasi perusahaan memperbesar tanggung jawab sosialnya. Kedua, legitimasi organisasi dapat untuk memasukkan faktor budaya yang membentuk tekanan institusi yang berbeda dalam konteks yang berbeda.

Uraian di atas menjelaskan bahwa teori legitimasi merupakan salah satu teori yang mendasari pengungkapan CSR. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dilakukan untuk mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat.

### Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan hal yang sangat diperhatikan oleh investor. Kemakmuran pemegang saham atau investor tersebut tercemin dari nilai perusahaan. Dengan kata lain, nilai

perusahaan merupakan ukuran kinerja manajer keuangan. Keown *et al* (2011;76) mengungkapkan bahwa nilai perusahaan merupakan nilai pasar atas surat berharga hutang dan ekuitas perusahaan yang beredar. Dengan memaksimalkan nilai perusahaan maka pemilik perusahaan akan menjadi lebih makmur. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai perusahaan adalah nilai pasar seluruh komponen keuangan perusahaan yang bersedia dibayar oleh calon pembeli jika perusahaan dijual yang tercermin dari harga sahamnya. Dengan kata lain, nilai perusahaan juga bisa disebut sebagai persepsi investor atau masyarakat umumnya terhadap perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham.

Nilai perusahaan sebagai nilai sekarang dari arus kas tunai yang diharapkan perusahaan, atau nilai perusahaan masa depan yang didiskon pada tingkat biaya modal. Memaksimalkan nilai berarti mempertimbangkan pengaruh waktu terhadap nilai uang, dana yang diterima tahun ini bernilai lebih tinggi daripada dana yang diterima tahun yang akan datang dan berarti juga mempertimbangkan berbagai resiko terhadap arus pendapatan.

Harmono, (2011:233) nilai *perusahaan* dapat dicerminkan dari harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran pasar modal. Dalam definisi tersebut dapat dirumuskan bahwa baik buruknya perusahaan dapat dilihat dari nilai perusahaan tersebut, sehingga nilai perusahaan dapat menjadi acuan oleh investor untuk mengambil keputusan dalam berinvestasi. Nilai perusahaan juga merupakan harga yang wajib dibayar investor untuk membeli suatu saham dalam perusahaan baik nilai perusahaan itu baik maupun buruk.

Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui beberapa proses kegiatan selama beberapa tahun, lebih tepatnya dimulai sejak perusahaan berdiri sampai saat ini. Nilai perusahaan dapat diukur menggunakan rasio nilai pasar terhadap nilai buku. Rasio nilai pasar adalah rasio untuk mengukur pengakuan pasar terhadap kondisi keuangan yang dicapai oleh perusahaan (Wiagustini, 2010:78).

### **Pengertian kinerja keuangan**

Kinerja merupakan hal penting yang harus dicapai oleh setiap perusahaan dimanapun, karena kinerja merupakan cerminan dari kemampuan perusahaan dalam mengelola dan mengalokasikan sumber dayanya. Tujuan pokok penilaian kinerja untuk memotivasi karyawan dalam mencapai sasaran organisasi dan dalam mematuhi standar perilaku yang telah ditetapkan sebelumnya, agar membuahkan tindakan dan hasil yang diharapkan.

Kinerja perusahaan adalah kegiatan formal yang dilakukan perusahaan untuk mengevaluasi efisien dan efektivitas dari seluruh rangkaian aktivitas perusahaan. Menurut Fahmi, (2011:2) kinerja keuangan adalah suatu analisis perusahaan untuk melihat sejauh mana perusahaan telah melaksanakan semua aturan-aturan kegiatan keuangan dengan baik dan benar. Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kinerja keuangan adalah kegiatan formal yang dilakukan oleh perusahaan guna mengukur keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan laba yang tinggi sehingga perusahaan dapat dilihat prospek, pertumbuhan, dan potensi perkembangan perusahaan yang baik.

### ***Corporate Social Responsibility***

Kegiatan CSR dalam perusahaan merupakan komitmen perusahaan secara sukarela untuk turut meningkatkan kesejahteraan komunitas yang bukan merupakan aktifitas bisnis yang sekarang sudah diwajibkan oleh hukum dan perundang-undangan. *Corporate Social Responsibility* pada intinya adalah suatu upaya tanggung jawab perusahaan atau organisasi secara berkelanjutan atas dampak yang ditimbulkan dari keputusan dan aktivitas yang telah diambil dan dilakukan oleh organisasi tersebut, dimana dampak itu pastinya akan dirasakan

atau berpengaruh kepada pihak-pihak yang terkait terutama masyarakat dan lingkungan. Pengungkapan kinerja lingkungan, sosial dan ekonomi di dalam laporan tahunan atau laporan terpisah adalah untuk mencerminkan tingkat akuntabilitas, *responsibility* dan transparansi perusahaan kepada investor dan *stakeholders* lainnya.

*Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan keluarga mereka, serta perwakilan mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat positif bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan, (Dwianika, 2018) menurut Ardana, 2008:34) Tanggung jawab sosial perusahaan adalah kumpulan kewajiban organisasi untuk melindungi dan memajukan masyarakat di mana organisasi berada. Sedangkan menurut Wibisono (2007: 7) dalam *The word business council for sustainable development* (WBCSD) memberi definisi *continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large*. Definisi tersebut dapat diartikan sebagai komitmen dunia usaha untuk terus menerus bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup karyawan dan keluarganya sekaligus juga peningkatan kualitas lokal dan masyarakat secara lebih luas.

Dari definisi di atas, CSR dapat disimpulkan sebagai wujud tanggung jawab perusahaan kepada lingkungan dan masyarakat untuk membantu meningkatkan kualitas lingkungan dan masyarakat dengan berlaku etis, meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif yang mencakup ekonomi, sosial, dan lingkungan sehingga tercapai pembangunan yang berkelanjutan.

### **Pengembangan Hipotesis**

#### **Pengaruh Return On Asset Terhadap Nilai Perusahaan**

*Return on Asset* merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dari modal yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva untuk menghasilkan keuntungan bersih, (Syamsudin, 2011:63). *Return on asset* adalah salah satu bentuk rasio profitabilitas yang dimaksudkan untuk mengukur kemampuan perusahaan atas keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktivitas operasi perusahaan dengan tujuan menghasilkan laba dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya. Profitabilitas sangatlah penting untuk perusahaan dalam rangka mempertahankan kelangsungan usahanya dalam jangka panjang, hal ini dikarenakan profitabilitas menunjukkan apakah perusahaan mempunyai prospek yang bagus di masa yang akan datang atau tidak. Semakin tinggi tingkat perusahaan juga akan meningkatkan laba per lembar saham (EPS atau *earning per share*) perusahaan. Adanya peningkatan EPS akan membuat investor tertarik untuk menanamkan modalnya dengan membeli saham perusahaan.

Semakin besar ROA menunjukkan kinerja perusahaan yang semakin baik, karena tingkat kembalian investasi (*return*) semakin besar. Seperti diuraikan sebelumnya, bahwa *return* yang diterima oleh investor dapat berupa pendapatan dividen dan *capital gain*. *Return on assets* (ROA) menunjukkan efektivitas perusahaan memanfaatkan dana untuk kepentingan perusahaan. Semakin tinggi rasio, maka makin *profitable* perusahaan secara relatif. Kondisi ini memperlihatkan prospek perusahaan yang baik, sehingga investor akan merespon positif sinyal tersebut dan nilai perusahaan akan meningkat. Hal tersebut dapat dipahami karena perusahaan yang berhasil membukukan laba yang meningkat, mengindikasikan perusahaan

tersebut mempunyai kinerja yang baik, sehingga dapat menciptakan sentimen positif para investor dan dapat membuat harga saham perusahaan meningkat. Meningkatnya harga saham di pasar, maka akan meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Sari (2018) serta Harningsih (2019) memperlihatkan *return on asset* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas, hipotesis yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah  $H_1$  ; *Return on asset* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

### **Pengaruh Return On Equity Terhadap Nilai Perusahaan**

*Return on equity* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba yang tersedia untuk pemegang saham perusahaan. Para pemegang saham melakukan investasi untuk mendapatkan pengembalian atas uang mereka, dan rasio ini menunjukkan seberapa baik mereka telah melakukan hal tersebut dilihat dari kacamata akuntansi (Brigham dan Houston:2011;110). Tingkat *return on equity* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan modal tertentu, (Hanafi, 2013;42). Rasio *return on equity* tidak memperhitungkan deviden maupun *capital gain* untuk pemegang saham. Karena rasio ini bukan pengukur *return* yang diterima pemegang saham yang sebenarnya. Angka yang tinggi untuk *return on equity* menunjukkan tingkat profitabilitas yang tinggi. *Profit* yang tinggi ini menunjukkan prospek perusahaan yang baik, sehingga investor akan merespon positif sinyal tersebut dan nilai perusahaan akan meningkat.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ardimas dan Wardoyo (2014) memperlihatkan *return on equity* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Atas dasar hal tersebut hipotesis yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah :

$H_2$  ; *Return on equity* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan

### **Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan (Mahendra, 2012; 130-138). Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan kinerja perusahaan yang diukur melalui kualitas laba perusahaan juga baik. Kualitas laba (Kinerja keuangan) perusahaan merupakan salah satu faktor yang dilihat oleh calon investor untuk menentukan investasi saham. Semakin baik pertumbuhan kinerja keuangan perusahaan berarti prospek perusahaan di masa depan dinilai semakin baik, artinya nilai perusahaan juga akan dinilai semakin baik di mata investor. Apabila kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba meningkat, maka harga saham juga akan meningkat (Husnan, 2016 : 317).

Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan jika perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan hidup karena keberlanjutan merupakan keseimbangan antara kepentingan-kepentingan ekonomi, lingkungan dan masyarakat. Oleh sebab itu dengan adanya praktik CSR yang baik, diharapkan nilai perusahaan akan dinilai dengan baik oleh investor.

*Corporate social responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan adalah bentuk pertanggungjawaban yang berupa informasi yang disampaikan dalam laporan tahunan perusahaan mengenai tanggung jawab perusahaan atas kegiatan operasi perusahaan tersebut kepada masyarakat. Tanggung jawab Sosial Perusahaan merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan

menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial dan lingkungan.

Hackson dan Milne dalam Permanasari (2010) mengatakan bahwa perusahaan yang berorientasi pada konsumen diperkirakan akan memberikan informasi mengenai pertanggungjawaban sosial karena dapat meningkatkan *image* perusahaan. Semakin banyak informasi sosial dan lingkungan yang disampaikan oleh suatu perusahaan maka investor akan cenderung berinvestasi kepada perusahaan tersebut yang akan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Ardila (2017), Sari (2018), serta Harningsih (2019) memperlihatkan *corporate social responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hal tersebut maka hipotesis yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah

H<sub>3</sub>: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan

## Metode Penelitian

### Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah populasi yang dijadikan objek penelitian ini adalah keseluruhan laporan kinerja keuangan perusahaan *foods and beverages* yang terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia). Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* didapat 20 populasi dan sampel sebanyak sebelas perusahaan.

## Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran

### Kinerja Keuangan

Merupakan gambaran kondisi keuangan pada suatu periode tertentu baik menyangkut aspek penghimpunan dan maunpun penyaluran dana, dalam hal ini diukur melalui profitabilitas yang diproksi melalui *return on asset* dan *return on equity*. .

#### a. *Return on Asset* (ROA)

*Return on asset* merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasikan laba dari modal yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva untuk menghasilkan keuntungan bersih. Perhitungan rasio *return on assets* adalah sebagai berikut:

$$\text{Return On Asset} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100 \%$$

#### b. *Return on Equity* (ROE)

*Return on equity* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba yang tersedia untuk pemegang saham perusahaan. Rasio ini menunjukkan seberapa baik mereka telah melakukan hal tersebut dilihat dari kacamata akuntansi. ROE dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut ini:

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Modal Sendiri}} \times 100 \%$$

### *Corporate Social Responsibility*

Pengukuran CSRDI mengacu pada penelitian dalam Sayekti dan Wondabio dalam Maryanti (2017), yang menggunakan *content analysis* dalam mengukur *variety* dari CSRDI. *Content analysis* adalah salah satu metode pengukuran CSRDI yang sudah banyak digunakan dalam penelitian-penelitian sebelumnya. Pendekatan ini pada dasarnya menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap *item* CSR dalam instrument penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0

jika tidak diungkapkan. Selanjutnya, skor dari setiap *item* dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Rumus perhitungan CSRDI adalah sebagai berikut:

$$\text{CSRDI} = \frac{\sum X_{ij}}{78}$$

Keterangan

CSRDI<sub>j</sub> = *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan j,

X<sub>ij</sub> = *dummy variable*: 1 = jika *item* i diungkapkan; 0 = jika *item* i tidak diungkapkan.

Dengan demikian,  $0 \leq \text{CSRDI}_j \leq 1$ .

### Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan cerminan dari penambahan dari jumlah ekuitas perusahaan dengan hutang perusahaan. Nilai perusahaan pada penelitian ini dihitung dengan menggunakan *price book value* (PBV). Rasio ini menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. PBV dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$\text{PBV} = \frac{\text{Harga Perlembar Saham}}{\text{Nilai Buku Perlembar Saham}}$$

### Teknik Analisis Data

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara ROA, ROE dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Adapun model regresi linear berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Adapun persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah:

$$\text{PBV} = \alpha + \beta_1 \text{ROA} + \beta_2 \text{ROE} + \beta_3 \text{CSR} + e$$

Keterangan :

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_1, \dots, \beta_3$  = Koefisien Regresi

PBV = Nilai Perusahaan

ROA = Return On Asset

ROE = Return On Equity

CSR = *Corporate Social Responsibility*

e = *Standart error*

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Dalam penelitian ini pengujian normalitas menggunakan pendekatan grafik *normal P-P Plot of regression standard*. Pendekatan ini disyaratkan bahwa distribusi data penelitian harus mengikuti garis diagonal antara 0 dan pertemuan sumbu X dan Y. uji normalitas data dikatakan baik apabila melalui pendekatan grafik maupun Kolmogorov Smirnov, menunjukkan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

#### Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinieritas dalam penelitian ini bertujuan guna menguji persamaan regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau tidak. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas.

#### Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah regresi terdapat kesamaan varians dari residu dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain sama, maka disebut homoskedastisitas dan jika varians berbeda disebut heteroskedastisitas.

### Uji Autokorelasi

Pengujian autokorelasi digunakan untuk menguji ada tidaknya auto korelasi yang dilihat dari besarnya nilai Durbin Watson. Uji autokorelasi Durbin Watson dimaksudkan untuk mengetahui apakah dalam model regresi linier ada korelasi kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka diidentifikasi terjadi masalah autokorelasi. Regresi yang baik adalah regresi yang tidak terjadi autokorelasi di dalamnya.

Dalam analisis diperoleh nilai Durbin Watson sebesar 1,137 berada diantara nilai - 2 dan + 2, za sehingga dapat disimpulkan model yang digunakan dalam penelitian tidak terjadi gangguan otokorelasi.

## ANALISIS DAN PEMBAHASAN

### Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil pengujian yang telah dilakukan dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 1  
Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	,321	1,964			,163	,871
<i>Return On Asset</i>	,364	,093	,356		3,914	,000
<i>Return on Equity</i>	,455	,033	1,271		13,920	,000
<i>Corporate Social Resposibiity</i>	1,139	5,153	,009		,221	,826

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : Data Sekunder Diolah, 2020

Hasil pengujian seperti yang ditunjukkan pada Tabel 1 dapat ditulis persamaan regresi sebagai berikut :

$PBV = 0,321 + 0,364ROA + 0,455ROE + 1,139CSR$ . Dari persamaan tersebut dapat diuraikan, 1) dependen yang digunakan dalam model penelitian sebesar konstanta tersebut. Hasil pengujian yang telah dilakukan nilai konstanta yang diperoleh sebesar 0,321. Kondisi ini memperlihatkan ketika variabel bebas yang terdiri dari ROA, ROE dan CSR tidak ada perubahan atau sebesar 0, maka nilai perusahaan yang bergerak dalam sub sektor *food and beverages* sebesar 0,321, 2) Hasil uji memperlihatkan tingkat koefisien regresi variabel *return on asset* sebesar 0,364 dan bersifat positif. Hasil ini mengindikasikan variabel tersebut mempunyai hubungan searah dengan nilai perusahaan yang bergerak pada sub sektor *food and beverages*. Hal ini dapat diartikan semakin tinggi tingkat *return on asset* yang dimiliki perusahaan akan semakin meningkatkan nilai perusahaan yang bergerak pada sub sektor tersebut. 3) Hasil uji memperlihatkan tingkat koefisien regresi variabel *return on equity* sebesar 0,455 dan bersifat positif. Hasil ini mengindikasikan variabel tersebut mempunyai hubungan searah dengan nilai perusahaan yang bergerak pada sub sektor *food and beverages*. Hal ini dapat diartikan semakin tinggi tingkat *return on equity* yang dimiliki perusahaan akan semakin meningkatkan nilai perusahaan yang bergerak pada sub sektor tersebut. 4) Hasil uji memperlihatkan tingkat koefisien regresi variabel *corporate social responsibility* sebesar 1,139 dan bersifat positif. Hasil ini

mengindikasikan variabel tersebut mempunyai hubungan searah dengan nilai perusahaan yang bergerak pada sub sektor *food and beverages*. Hal ini dapat diartikan semakin tinggi tingkat *corporate social responsibility* yang dijalankan perusahaan akan semakin meningkatkan nilai perusahaan yang bergerak pada sub sektor tersebut.

**Analisis Asumsi Klasik**

**Normalitas**

Hasil ini juga dipertegas dengan melihat hasil normalitas melalui pendekatan Kolmogorov Smirnov sebagai berikut :

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Kolmogorov Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2,88874935
Most Extreme Differences	Absolute	,127
	Positive	,127
	Negative	-,101
Kolmogorov-Smirnov Z		,987
Asymp. Sig. (2-tailed)		,284

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

**Sumber : Data Sekunder Diolah, 2020**

Tabel 2 memperlihatkan besarnya nilai *Asymp sig (2-tailed)* yang dihasilkan sebesar 0,284 > 0,050 dapat disimpulkan bahwa data tersebut telah berdistribusi normal dan dapat digunakan dalam penelitian. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa uji normalitas data baik melalui pendekatan grafik maupun Kolmogorov Smirnov, menunjukkan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

**Pengujian Multikolinieritas**

Pengujian multikolinieritas yang telah dilakukan diperoleh hasil sebagai berikut :

**Tabel 3**  
**Nilai Tolerance dan Variance Inflation Faktor**

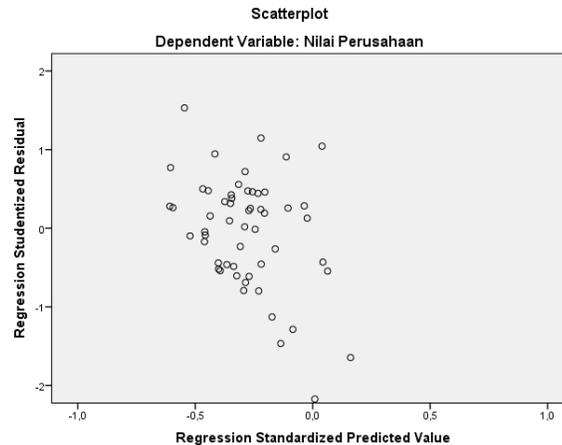
Variabel	Nilai Tolerance	Nilai VIF	Keterangan
<i>Return On Asset</i>	0,176	5,688	Bebas Multikolinieritas
<i>Return On Equity</i>	0,175	5,724	Bebas Multikolinieritas
<i>Corporate Social Responsibility</i>	0,985	1,016	Bebas Multikolinieritas

**Sumber : Data Sekunder Diolah, 2020**

Tabel 3 memperlihatkan nilai VIF yang diperoleh dari *return on asset*, *return on equity* maupun *corporate social responsibility* masing-masing tidak melebihi 10. Hasil ini menunjukkan ketiga variabel yang digunakan model penelitian tersebut tidak memiliki keterikatan atau hubungan yang sangat kuat antara satu dengan yang lainnya. Dengan demikian dapat dikatakan model penelitian tidak terjadi gangguan multikolinieritas.

**Pengujian Heteroskedastisitas**

Hasil pengujian heteroskedastisitas terlihat pada gambar grafik *scatterplot* sebagai berikut:



Gambar 1

## Heteroskedastisitas

Sumber : Data Sekunder Diolah, 2020

Gambar 1 grafik *scatteplot* memperlihatkan sebaran titik-titik berada diatas dan dibawah sumbu Y dan tidak membentuk pola yang jelas. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa model analisis tidak terjadi gangguan heteroskedastisitas.

## Pengujian Autokorelasi

Pengujian autokorelasi digunakan untuk menguji ada tidaknya auto korelasi yang dilihat dari besarnya nilai Durbin Watson. Uji autokorelasi Durbin Watson dimaksudkan untuk mengetahui apakah dalam model regresi linier ada korelasi kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka diidentifikasi terjadi masalah autokorelasi. Regresi yang baik adalah regresi yang tidak terjadi autokorelasi di dalamnya. Dalam analisis diperoleh nilai Durbin Watson sebesar 1,137 berada diantara nilai  $-2$  dan  $+2$ , sehingga dapat disimpulkan model yang digunakan dalam penelitian tidak terjadi gangguan otokorelasi. Hasil pengujian klasik model analisis menunjukkan bahwa secara eksplisit tidak asumsi yang terlanggar, sehingga model analisis layak untuk digunakan analisis selanjutnya.

## Pembahasan

Pengaruh *Return On Asset* Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian memperlihatkan bahwa *return on asset* berpengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan *food and beverages*. Hasil ini mengindikasikan semakin tinggi *return on asset* yang dihasilkan oleh perusahaan menunjukkan semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan seluruh kekayaan yang dimiliki guna menghasilkan laba. Laba yang tinggi akan mendorong investor untuk membeli saham perusahaan yang bersangkutan karena tertarik akan laba investasi yang lebih tinggi. Ini secara langsung akan mendorong pada peningkatan harga saham dan nilai perusahaan.

*Return on assets* (ROA) menunjukkan efektivitas perusahaan memanfaatkan dana untuk kepentingan perusahaan. Semakin tinggi rasio, maka makin *profitable* perusahaan secara relatif. Kondisi ini memperlihatkan prospek perusahaan yang baik, sehingga investor akan merespon positif sinyal tersebut dan nilai perusahaan akan meningkat. Hal tersebut dapat dipahami karena perusahaan yang berhasil membukukan laba yang meningkat, mengindikasikan perusahaan tersebut mempunyai kinerja yang baik, sehingga dapat menciptakan sentimen

positif para investor dan dapat membuat harga saham perusahaan meningkat. Meningkatnya harga saham di pasar, maka akan meningkatkan nilai perusahaan. Hasil ini searah penelitian yang dilakukan Sari (2018) serta Harningsih (2019) memperlihatkan *return on asset* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil yang dilakukan oleh Ardila (2017) tidak searah dengan yang dilakukan Sari (2018) serta Harningsih (2019) yang menyatakan *return on asset* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan

### **Pengaruh Return On Equity Terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil pengujian memperlihatkan bahwa *return on equity* berpengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan *food and beverages*. Hasil ini mengindikasikan semakin tinggi *return on equity* yang dihasilkan oleh perusahaan semakin meningkatkan nilai perusahaan. *Return on equity* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba yang tersedia untuk pemegang saham perusahaan. Para pemegang saham melakukan investasi untuk mendapatkan pengembalian atas uang mereka, dan rasio ini menunjukkan seberapa baik mereka telah melakukan hal tersebut dilihat dari kaca mata akuntansi. Tingkat *return on equity* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan modal tertentu. Angka yang tinggi untuk *return on equity* menunjukkan tingkat profitabilitas yang tinggi. Profit yang tinggi ini menunjukkan prospek perusahaan yang baik, sehingga investor akan merespon positif sinyal tersebut dan nilai perusahaan akan meningkat. Hasil ini searah dengan penelitian yang dilakukan Ardimas dan Wardoyo (2014) memperlihatkan *return on equity* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil yang dilakukan oleh Novianto (2008) tidak searah dengan yang dilakukan Wardoyo (2014) memperlihatkan *return on equity* berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

### **Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil pengujian memperlihatkan *corporate social responsibility* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada sub sektor *food and beverages* di Bursa Efek Indonesia. Kondisi memperlihatkan semakin baik pengungkapan tanggungjawab sosial dilakukan akan semakin meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan jika perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan hidup karena keberlanjutan merupakan keseimbangan antara kepentingan-kepentingan ekonomi, lingkungan dan masyarakat.

Perusahaan yang berorientasi pada konsumen diperkirakan akan memberikan informasi mengenai pertanggungjawaban sosial karena dapat meningkatkan *image* perusahaan. Semakin banyak informasi sosial dan lingkungan yang disampaikan oleh suatu perusahaan maka investor akan cenderung berinvestasi kepada perusahaan tersebut yang akan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan.

Ketidaksignifikan dalam penelitian ini dikarenakan tidak semua investor melihat pengungkapan tanggungjawab sosial sebagai kriteria dalam berinvestasi. Bagi investor, perusahaan dengan pengungkapan tanggungjawab sosial yang baik belum menjamin suatu perusahaan dapat memberikan keuntungan bagi para investor. Selain itu, bagi investor pertanggungjawaban sosial akan menambah biaya yang akan dikeluarkan oleh perusahaan sehingga nantinya dapat mempengaruhi pendapatan yang akan diterima investor.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Ardimas dan Wardoyo (2014) serta Sari (2018) memperlihatkan *corporate social repossibility* berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Simpulan hasil penelitian ini dapat dikemukakan sebagai berikut : 1) *Return on asset* berpengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan *food and beverages*. Hasil ini mengindikasikan *return on assets* menunjukkan efektivitas perusahaan memanfaatkan dana untuk kepentingan perusahaan. Semakin tinggi rasio memperlihatkan makin *profitable* perusahaan secara relatif. Kondisi ini memperlihatkan prospek perusahaan yang baik, sehingga investor akan merespon positif sinyal tersebut dan nilai perusahaan akan meningkat. 2) *Return on equity* berpengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan *food and beverages*. *Return on equity* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba yang tersedia untuk pemegang saham perusahaan. Profit yang tinggi ini menunjukkan prospek perusahaan yang baik, sehingga investor akan merespon positif sinyal tersebut dan nilai perusahaan akan meningkat. 3) *Corporate social responsibility* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada sub sektor *food and beverages* di Bursa Efek Indonesia. Kondisi ini mengindikasikan tidak semua investor melihat pengungkapan tanggungjawab social sebagai kriteria dalam berinvestasi. Bagi investor, perusahaan dengan pengungkapan tanggungjawab sosial yang baik belum menjamin suatu perusahaan dapat memberikan keuntungan bagi para investor. Selain itu, bagi investor pertanggungjawaban sosial akan menambah biaya yang akan dikeluarkan oleh perusahaan sehingga nantinya dapat mempengaruhi pendapatan yang akan diterima investor.

### Saran

Berdasarkan kesimpulan yang ada maka penulis dapat memberikan saran- saran sebagai berikut : 1) Hendaknya perusahaan selalu meningkatkan profitabilitas dengan cara meningkatkan volume penjualan lebih besar dibandingkan pertambahan biaya operasi, atau mengurangi biaya operasi lebih besar dibandingkan berkurangnya pendapatan ataupun dengan menaikkan tingkat harga penjualan hal ini tergantung dengan kondisi pasar. 2) Sebaiknya perusahaan lebih lengkap dalam mengungkapkan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunannya sebanyak 78 item meliputi; lingkungan, energy, lain-lain tenaga kerja, kesehatan dan keselamatan, produk, keterlibatan masyarakat dan umum, karena pengungkapan CSR efektif digunakan sebagai alat *monitoring* untuk meningkatkan kinerja perusahaan. 3) Pemerintah diharapkan mampu merumuskan suatu kebijakan untuk menjadikan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai sebuah insitusi diberi wewenang dalam pengungkapan CSR mengingat rendahnya tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial.

### Daftar Pustaka

- Ardana, I K, 2008, Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial, *Buletin Studi Ekonomi*.13 (1) : 23-37.  
 Ardila, I. 2017. Pengaruh profitabilitas dan kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Riset Finansial Bisnis*. 1.(1) : 21-30.  
 Ardimas, W. Dan Wardoyo, 2014. Pengaruh Kinerja Keuangan Dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Bank Go Public Yang Terdaftar Di BEI. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. 8.(1) : 57 - 66.

- Barkemeyer, R. 2007. Legitimacy as a Key Driver and Determinant of CSR in Developing Countries. *Paper for the 2007 Marie Curie Summer School on Earth System Governance, Amsterdam University of St Andrews & Sustainable Development Research Centre (SDRC) School of Management, Amsterdam, 28 May – 06 June 2007.*
- Brigham, E. F dan Houston,. 2011. *Manajemen Keuangan*. Edisi Kedelapan. Erlangga. Jakarta.
- Cecilia. 2016. Analisis Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perkebunan yang *Go Public* di Indonesia, Malaysia, dan Singapura. *Simposium Nasional Akuntansi XVIII*. Medan.
- Dwianika, A. 2018. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan, Menggunakan *Ultimate Ownership* Sebagai Pemoderasi. *Jurnal Bisnis dan Komunikasi*. 5.(2) : 87-96.
- Fahmi, I. 2011. *Manajemen Investasi : Teori dan Soal Jawab*. Edisi 2. Salemba Empat. Jakarta
- Harmono. 2011. *Manajemen Keuangan: Berbasis Balanced Scorecard Pendekatan Teori, Kasus dan Riset Bisnis*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Harningsih, S. 2019. Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan *Csr* Dan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderasi. *Journal Of Multidisciplinary Research and Development*. ISSN On Line : 199-209.
- Husnan. S. 2016. *Dasar-dasar Teori Portofolio dan Analisis Sekuritas*. Edisi Ketiga. Yogyakarta :UPP AMP YKPN.
- Keown. K.. M. Petty. and Scott. 2011. *Manajemen Keuangan 1 dan 2*. Edisi 9 (terjemahan). Jakarta. Indeks.
- Kusumadilaga, R. 2010. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating (studi empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Skripsi* Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Mahendra. D.A. 2012. Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen. Strategi Bisnis. dan Kewirausahaan* 6. (2): 130-138
- Marfuah dan Nindya, Rineko K. 2017. Peran Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Konstitusional dalam Memoderasi Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi XX*. Jember.
- Maryanti, E. 2017. *Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, Kinerja Lingkungan Terhadap Kinerja Keuangan Dan Pengaruhnya Pada Nilai Perusahaan*. *Journal Of Accounting Science*. 1.(1) : 21-37.
- Permanasari, W I. 2010. Pengaruh Kepemilikan Manajemen, Kepemilikan Institusional dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro. Semarang
- Sari, P.Y. 2018. Pengaruh Kinerja Keuangan Dan *Corporate Social Responsibility (Csr)* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Bank Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015. *Jurnal Nominal*. 7.(1) : 111-125
- Sartono, R.A 2011 . *Manajemen Keuangan : Teori dan Aplikasi*. Edisi 4. BPFE. Yogyakarta.
- Sudana, I M. 2011. *Manajemen Keuangan : Teori dan Praktek*. Airlangga University Press. Surabaya.
- Syamsudin L. 2011. *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Edisi Baru Sembilan. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.

- Wiagustini, N. L. P. 2010. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Udayana University Press. Denpasar.
- Wibisono. Y. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)*. Fascho Publishing. Gresik.
- Wijayanti. F.T. 2011. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi XIV*. Aceh.
- Wulandari, A.A. (2018). Dampak Moderasi Profitabilitas Terhadap Pengaruh Corporate Social Responsibility Pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*. 5.(7) : 1889-1918