

ABSTRAK

PENGARUH KINERJA KEUANGAN DAN PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi pada Perusahaan *Food dan Beverage* yang *Listing* di Bursa Efek Indonesia)

Oleh

Fitria Megasari

Permasalahan yang dibahas dalam penulisan ini adalah apakah kinerja keuangan berpengaruh terhadap nilai perusahaan *food dan beverage* yang *listing* di Bursa Efek Indonesia? dan apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan *food dan beverage* yang *listing* di Bursa Efek Indonesia?

Tujuan penulisan ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan *food dan beverage* yang *listing* di Bursa Efek Indonesia dan seberapa besar pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan *food dan beverage* yang *listing* di Bursa Efek Indonesia.

Penelitian ini merupakan eksplanasi, yaitu menjelaskan hubungan atau pengaruh kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini berupa uji asumsi klasik dan regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik simpulan bahwa secara parsial variabel *Current Ratio* (CR) berpengaruh negatif terhadap variabel nilai perusahaan *food and beverage* yang *listing* di Bursa Efek Indonesia, *Return on Assets* (ROA) berpengaruh positif terhadap variabel nilai perusahaan *food and beverage* yang *listing* di Bursa Efek Indonesia, dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap variabel nilai perusahaan *food and beverage* yang *listing* di Bursa Efek Indonesia. Secara simultan terdapat pengaruh *Current Ratio* (CR), *Return on Assets* (ROA), dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan *food and beverage* yang *listing* di Bursa Efek Indonesia.

Kata Kunci : Kinerja Keuangan, *Corporate Social Responsibility*, Nilai Perusahaan

Nama : **Fitria Megasari**
NPM : **0641031159**
No. Hp : **0897 6108380**
Email : **fitriams26@gmail.com**
Pembimbing I : **Yuliansyah, S.E., M.SA., Akt.**
Pembimbing II : **Ninuk Dewi K., S.E., M.Si., C.A.**

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada dasarnya, setiap perusahaan memiliki tujuan utama, yaitu untuk memperoleh laba yang maksimal. Pada era globalisasi ini, persaingan antar perusahaan yang semakin ketat, menuntut perusahaan untuk menghadapi dan mengantisipasi segala situasi agar mampu bertahan dan tetap maju di tengah situasi tersebut, khususnya dalam rangka pencapaian tujuan utama perusahaan tersebut (Chandra, 2010).

Tujuan lain dari pendirian suatu perusahaan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan tersebut dimana dapat tercerminkan oleh harga sahamnya. Setiap perusahaan tentunya menginginkan nilai perusahaan yang tinggi sebab hal tersebut juga secara tidak langsung menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kemakmuran bagi para pemegang saham, sehingga para pemegang saham akan menginvestasikan modalnya kepada perusahaan tersebut (Haruman, 2008).

Penelitian mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan telah banyak dilakukan diantaranya adalah dilakukan oleh Yuniasih dan Wirakusuma (2007). Teori yang mendasari penelitian-penelitian tersebut adalah

semakin tinggi kinerja keuangan yang biasanya diproksikan dengan rasio keuangan, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan.

Analisis faktor fundamental didasarkan pada laporan keuangan perusahaan yang dapat dianalisis melalui analisis rasio-rasio keuangan dan ukuran-ukuran lainnya seperti *cash flow* untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan. Rasio keuangan dikelompokkan dalam lima jenis yaitu : (1) rasio likuiditas, yaitu rasio yang menyatakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya dalam jangka pendek; (2) rasio aktivitas, menyatakan kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan harta yang dimilikinya; (3) rasio profitabilitas, menunjukkan kemampuan dari perusahaan dalam menghasilkan keuntungan; (4) rasio leverage, menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjang, dan (5) rasio pasar, menunjukkan informasi penting perusahaan dan diungkapkan dalam basis per saham.

Melalui rasio-rasio keuangan tersebut dapat dilihat seberapa berhasilnya manajemen perusahaan mengelola asset dan modal yang dimilikinya untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan biasanya menggunakan analisis rasio keuangan. Dalam penelitian ini, rasio keuangan yang digunakan hanya sebatas rasio likuiditas khususnya *current ratio* dan rasio profitabilitas yaitu *return on assets* (ROA).

Pada saat ini banyak perusahaan menjadi semakin berkembang, maka pada saat itu pula kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan sekitarnya dapat terjadi, karena itu pula muncul kesadaran untuk mengurangi dampak negatif ini. Banyak

perusahaan kini mengembangkan apa yang disebut *Corporate Social Responsibility* (CSR). Penerapan CSR tidak lagi dianggap sebagai *cost*, melainkan investasi perusahaan (Kusumadilaga, 2010). Penelitian Bassamalah dan Jermias (2005) menunjukkan bahwa salah satu alasan manajemen melakukan pelaporan sosial adalah untuk alasan strategis. Meskipun belum bersifat *mandatory*, tetapi dapat dikatakan bahwa hampir semua perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sudah mengungkapkan informasi mengenai CSR dalam laporan tahunannya.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Nurlela dan Islahuddin (2008), dengan judul pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan kepemilikan manajemen sebagai variabel moderating. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility*, prosentase kepemilikan, serta interaksi antara *Corporate Social Responsibility* dengan prosentase kepemilikan manajemen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Kusumadilaga (2010), dengan judul Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating dengan mengambil sampel pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar dalam BEI. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dan variabel profitabilitas sebagai variabel moderating tidak dapat mempengaruhi hubungan CSR dan nilai perusahaan.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu:

- a. Dalam penelitian ini tidak mempergunakan variabel moderating, dimana rasio profitabilitas dan *corporate social responsibility* menjadi variabel bebas sedangkan pada penelitian yang dilakukan Kusumadilaga, variabel profitabilitas dijadikan variabel moderating.
- b. Perusahaan yang dijadikan objek penelitian dalam penelitian ini adalah perusahaan yang tergabung dalam sektor *food and beverage*, sedangkan penelitian yang dilakukan Kusumadilaga adalah perusahaan-perusahaan yang berada di sektor manufaktur.
- c. Tahun penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dimulai dari tahun 2009-2013, sedangkan penelitian yang dilakukan Kusumadilaga dari tahun 2006-2008.

Berdasarkan uraian di atas memberikan insiprasi perlu diadakannya sebuah penelitian tentang bagaimana pengaruh kinerja keuangan dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut di atas, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kinerja keuangan berpengaruh terhadap nilai perusahaan *food* dan *beverage* yang *listing* di Bursa Efek Indonesia?
2. Apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan *food* dan *beverage* yang *listing* di Bursa Efek Indonesia?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan *food* dan *beverage* yang *listing* di Bursa Efek Indonesia.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan *food* dan *beverage* yang *listing* di Bursa Efek Indonesia.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk memberikan sumbangan pikiran terhadap pengembangan ilmu pengetahuan ekonomi mengenai analisis pengaruh kinerja keuangan dan pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan. Dan dapat digunakan sebagai dasar perluasan penelitian terutama yang berhubungan dengan faktor-faktor lainnya yang dikaitkan dengan nilai perusahaan pada penelitian selanjutnya.
2. Bagi calon investor, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk investasi di pasar modal dengan berdasarkan pedoman kinerja keuangan dan pengungkapan CSR.
3. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan berpijak dan referensi bagi para peneliti yang tertarik untuk meneliti kajian yang sama untuk waktu yang akan datang.

II. LANDASAN TEORI

2.1 Kinerja Keuangan Perusahaan

Perusahaan merupakan suatu bentuk entitas tempat terjadinya suatu kesatuan dari berbagai fungsi dan kinerja operasional yang bekerja secara sistematis untuk mencapai sasaran tertentu. Sasaran dari suatu perusahaan merupakan tujuan yang ingin dicapai semua pihak yang berkepentingan dalam perusahaan (*stakeholder and shareholder*). Untuk mencapai tujuan tersebut, pihak-pihak yang berkepentingan dalam perusahaan harus bekerja sama secara sistematis demi menghasilkan kinerja yang optimal. Salah satu cara untuk mengetahui apakah suatu perusahaan dalam menjalankan operasinya telah sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan dan sesuai dengan tujuan adalah dengan mengetahui dari kinerja perusahaan tersebut.

2.2 Rasio Keuangan

Analisis rasio keuangan merupakan instrumen analisis prestasi perusahaan yang menjelaskan berbagai hubungan dan indikator keuangan yang ditujukan untuk menunjukkan perubahan dalam kondisi keuangan atau prestasi operasi di masa lalu. Makna dan kegunaan rasio keuangan dalam praktik bisnis pada kenyataannya bersifat subyektif, bergantung pada untuk apa suatu analisis dilakukan dalam konteks apa analisis tersebut diaplikasikan (Helfret, 2004).

Selanjutnya perkembangan yang terjadi pada pendekatan penyusunan teori akuntansi telah mendorong dilakukannya studi akuntansi yang menghubungkan rasio keuangan dengan fenomena akuntansi tertentu. Harapannya akan dapat ditemukan berbagai kegunaan obyektif dari rasio keuangan. Beberapa yang telah

dilakukan diantaranya adalah yang menguji kegunaan rasio keuangan untuk memprediksi kondisi keuangan perusahaan khususnya perusahaan yang mengalami kebangkrutan dan memprediksi perubahan laba perusahaan (Zainuddin dan Hartono, 2005).

Banyak penulis yang memberi masukan jenis rasio yang bisa digunakan untuk memahami kondisi perusahaan. Beberapa rasio yang umumnya dikenal antara lain rasio likuiditas, solvabilitas, rentabilitas, dan profitabilitas (Harahap, 2009)

Kinerja keuangan perusahaan dalam penelitian ini dinilai dengan likuiditas khususnya *Current Ratio* dan rasio profitabilitas khususnya *Return on Asset (ROA)* sebagai berikut:

1. *Current Ratio*

Current ratio yaitu rasio yang menunjukkan sejauh mana aktiva lancar menutupi kewajiban-kewajiban lancarnya.

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Hutang Lancar}} \times 100\%$$

Menurut S. Munawir, “Rasio ini menunjukkan bahwa nilai kekayaan lancar (yang segera dapat dijadikan uang) ada sekian kalinya hutang jangka pendek”.

Current ratio 200% kadang-kadang sudah memuaskan bagi suatu perusahaan, tetapi jumlah modal kerja dan besarnya rasio tergantung pada beberapa faktor, suatu standar atau ratio yang umum tidak dapat ditentukan untuk seluruh perusahaan. Current ratio 200% ini merupakan kebiasaan (*rule of thumb*) dan

akan digunakan sebagai titik tolak untuk mengadakan penelitian atau analisa yang lebih lanjut (Munawir, 2010 : 72).

1. *Return on Asset (ROA)*

Return on Assets juga sering disebut sebagai rentabilitas ekonomis merupakan ukuran kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan semua aktiva yang dimiliki oleh perusahaan (Sutrisno, 2010:266). ROA sering disebut sebagai rentabilitas ekonomi memberikan informasi seberapa efisien suatu perusahaan dalam melakukan kegiatan usahanya. Rasio ini menunjukkan kemampuan dari modal yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva untuk menghasilkan keuntungan bagi semua investor (Riyanto, 2011:387).

Rasio ini mengukur tingkat pengembalian investasi yang telah dilakukan perusahaan dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimilikinya. Semakin tinggi ROA semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan. Semakin tinggi keuntungan yang dihasilkan perusahaan akan menjadikan investor tertarik akan nilai saham. Rumus untuk menghitung ROA menurut Arifin (2012:65).

$$ROA = \frac{\text{Net Income}}{\text{Assets}} \times 100\%$$

2.3 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Corporate social responsibility merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk kontribusi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi,

sosial, dan lingkungan. Dengan adanya praktik *corporate social responsibility* maka diharapkan nilai perusahaan akan baik dimata masyarakat. Perusahaan besar dan memiliki biaya keagenan yang lebih besar tentu akan mengungkapkan informasi yang lebih luas hal ini dilakukan untuk mengurangi biaya keagenan yang dikeluarkan (Martina, 2012).

Sementara itu aspek-aspek CSR dikategorikan dalam Indikator-indikator *Corporate Social Responsibility* yang terdapat di dalam *Global Reporting Initiative* (GRI) yang digunakan dalam penelitian yaitu:

- a. Indikator Kinerja Ekonomi (*economic performance indicator*)
- b. Indikator Kinerja Lingkungan (*environment performance indicator*)
- c. Indikator Kinerja Tenaga Kerja (*labor practices performance indicator*)
- d. Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia (*human rights performance indicator*)
- e. Indikator Kinerja Sosial (*social performance indicator*)
- f. Indikator Kinerja Produk (*product performance indicator*).

(www.globalreporting.org diakses tanggal 20 Februari 2012)

Perhitungan CSRI tersebut menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap item CSRI diberi nilai 1 apabila diungkapkan, dan nilai 0 apabila tidak diungkapkan. Setiap item akan dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor perusahaan.

Adapun rumus perhitungan CSRI menurut Martina (2012) adalah sebagai berikut:

$$PS = \frac{\text{Item yang diungkap oleh perusahaan}}{34 \text{ item}} \times 100\%$$

2.4 Nilai Perusahaan

Dalam penelitian ini nilai perusahaan yang dimaksud adalah nilai pasar, dimana nilai pasar merupakan nilai yang didasarkan pada sudut pandang investor atau calon investor dalam menilai perusahaan (Hanafi, 2005: 43). Rasio pasar mengukur harga pasar saham perusahaan, relatif terhadap nilai bukunya. Sudut pandang rasio ini lebih banyak berdasar pada sudut pandang investor (calon investor), meskipun pihak manajemen juga berkepentingan terhadap rasio-rasio ini. Ada beberapa indikator yang mempengaruhi nilai perusahaan menurut Hanafi (2005: 43-44), antara lain:

a. PER (*Price Earning Ratio*)

Menurut Hirt dalam Hanafi (2005: 43), rasio pasar dalam menilai sebuah saham dapat menunjuk pada penerapan earning per share. PER berfungsi untuk melihat harga pasar saham relatif terhadap earning-nya. Semakin tinggi PER semakin tinggi pertumbuhan perusahaan, dan sebaliknya semakin rendah PER maka semakin rendah pula pertumbuhan perusahaan.

b. Rasio *dividen yield*

Rasio ini merupakan sebagian dari total return yang akan diperoleh investor. Bagian return yang lain adalah *capital gain*, yang diperoleh dari selisih positif antara harga jual dan beli. Dan apabila selisih negatif yang terjadi, maka terjadi *capital loss*. Biasanya perusahaan yang mempunyai prospek pertumbuhan yang tinggi akan mempunyai *dividen yield* yang rendah, karena *dividen* sebagian besar akan diinvestasikan kembali. Kemudian, karena perusahaan dengan prospek yang tinggi akan mempunyai harga pasar yang

tinggi, yang berarti pembagiannya tinggi maka *dividen yield* untuk perusahaan semacam itu akan cenderung lebih rendah (kecil).

c. Pembayaran *Dividen* (*Dividen Pay Out Ratio*)

Rasio pembayaran *dividen* merupakan rasio untuk melihat bagian pendapatan yang dibayarkan sebagai *dividen* kepada investor. Bagian lain yang tidak dibagikan akan diinvestasikan kembali ke perusahaan. Perusahaan yang mempunyai tingkat pertumbuhan yang tinggi akan mempunyai rasio pembayaran *dividen* yang rendah, sebaliknya, perusahaan yang mempunyai tingkat pertumbuhan rendah akan mempunyai rasio pembayaran *dividen* yang tinggi. Pembayaran *dividen* juga merupakan bagian dari kebijakan *dividen* perusahaan.

d. PBV (*Price Book Value*)

Nilai pasar dari ekuitas mencerminkan harapan investor terhadap *earning*-nya dan arus kas perusahaan di masa yang akan datang. Sedangkan nilai buku dari *ekuitas* merupakan selisih antara nilai buku aset dan nilai buku kewajiban, dimana hal ini lebih banyak ditentukan oleh aturan konvensi akuntansi (Werner, 2009: 147). Nilai buku suatu aset diperoleh dari pengurangan harga perolehan aset dikurangi dengan penyusutan aset tersebut. Sehingga hal ini memberikan konsekuensi bahwa nilai buku akan semakin berkurang seiring dengan berjalannya waktu. Hal ini akan memberikan dampak signifikan terhadap perbedaan nilai buku dengan nilai pasar.

2.5 Penelitian Terdahulu

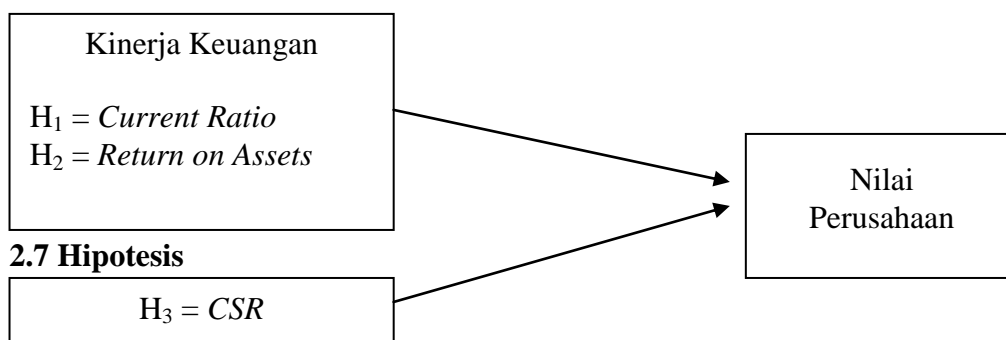
Nurlela dan Islahuddin (2008), dengan judul pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan kepemilikan manajemen sebagai variabel moderating. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility*, prosentase kepemilikan, serta interaksi antara *Corporate Social Responsibility* dengan prosentase kepemilikan manajemen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Kusumadilaga (2010), dengan judul Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating dengan mengambil sampel pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar dalam BEI. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dan variabel profitabilitas sebagai variabel moderating tidak dapat mempengaruhi hubungan CSR dan nilai perusahaan.

2.6 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian yang dikemukakan sebelumnya dan telaah pustaka, maka variabel yang terkait dalam penelitian ini dapat dirumuskan melalui suatu bagan paradigma penelitian sebagai berikut:

Gambar 2. Paradigma Penelitian



2.7 Hipotesis

2.7.1 Pengaruh *Current Ratio* terhadap Nilai Perusahaan

Current Ratio merupakan salah satu rasio likuiditas, yaitu rasio yang bertujuan untuk mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Semakin tinggi CR suatu perusahaan berarti semakin kecil resiko kegagalan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Akibatnya resiko yang akan ditanggung pemegang saham juga semakin kecil (Ang, 2003).

Nilai CR yang tinggi dari suatu perusahaan akan mengurangi ketidakpastian bagi investor, namun mengindikasikan adanya dana yang menganggur (*idle cash*) sehingga akan mengurangi tingkat pendapatan perusahaan, akibatnya kinerja keuangan akan menurun. Dengan demikian diduga semakin besar nilai CR maka semakin kecil kinerja keuangan yang diperoleh (Ang, 2003).

Pengujian hipotesis dari penelitian Zuraedah (2010) menunjukkan bahwa *current ratio* berpengaruh negatif terhadap kinerja keuangan pada Perusahaan BUMN yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Atas dasar hal tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$H_1 =$ *Current ratio* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan *food* dan *beverage* yang *listing* di Bursa Efek Indonesia

2.3.2 Pengaruh ROA terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Modigliani dan Miller (2003), bahwa semakin tinggi *earning powers* dari aset perusahaan, hal positif menunjukkan bahwa semakin efisien perputaran

aset dan akan semakin tinggi profit margin yang diperoleh perusahaan, dan pada akhirnya akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Ulupui (2007) menunjukkan bahwa ROA berpengaruh positif signifikan terhadap return saham satu periode ke depan. Oleh karena itu, ROA merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kinerja keuangan dilihat dari ROA merupakan kemampuan atau profitabilitas perusahaan dilihat dari Asset yang dimiliki perusahaan. Kemampuan perusahaan mengelola asset dengan baik, yaitu dengan tujuan memperoleh keuntungan yang maksimal akan berdampak pada nilai perusahaan. Atas dasar hal tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$H_2 =$ *Return on assets (ROA)* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan *food* dan *beverage* yang *listing* di Bursa Efek Indonesia

2.3.3 Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan

Di samping kinerja keuangan yang dilihat investor sebelum memutuskan untuk berinvestasi dalam suatu perusahaan, adanya pengungkapan item CSR dalam laporan keuangan diharapkan akan menjadi nilai plus yang akan menambah kepercayaan para investor, bahwa perusahaan tersebut akan terus berkembang dan berkelanjutan. Para investor akan mengapresiasi perusahaan yang mengungkapkan CSR dibanding dengan perusahaan yang tidak mengungkapkan CSR. Adanya apresiasi positif dari para investor terhadap pengungkapan CSR menyebabkan nilai perusahaan akan meningkat.

Penelitian yang dilakukan oleh Kusumadilaga (2010), menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dan variabel profitabilitas sebagai variabel moderating tidak dapat mempengaruhi hubungan CSR dan nilai perusahaan. Atas dasar hal tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₃ = *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan *food* dan *beverage* yang *listing* di Bursa Efek Indonesia

III. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode eksplanasi, karena dalam penelitian ini menggunakan dua variabel. Metode eksplanasi adalah suatu metode penelitian yang menggambarkan dua variabel yang diteliti, yaitu variabel bebas dan variabel terikat yang kemudian menjelaskan hubungan atau pengaruh kedua variabel tersebut.

3.1. Definisi Konsep

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel bebas dan nilai perusahaan sebagai variabel terikat. Untuk mempermudah pengukuran variabel-variabel tersebut, penulis menggunakan definisi operasional sebagai berikut:

1. Variabel bebas (*independent* variabel) adalah variabel yang mempengaruhi atau memprediksi variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini terdiri dari:

a. Kinerja Keuangan Perusahaan

Kinerja keuangan perusahaan merupakan prestasi yang dicapai perusahaan dalam suatu periode tertentu yang mencerminkan tingkat kesehatan perusahaan tersebut. Kinerja keuangan perusahaan dalam penelitian ini diukur dari 2 (dua) rasio sebagai berikut:

1) Current Ratio

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Hutang Lancar}} \times 100\%$$

2) ROA

$$\text{ROA} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Assets}} \times 100\%$$

b. *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility merupakan tanggung jawab perusahaan terhadap sosial, yang diukur dengan rumus:

$$\text{PS} = \frac{\text{Item yang diungkap oleh perusahaan}}{34 \text{ item}} \times 100\%$$

2. Variabel terikat (*dependent variabel*) adalah nilai perusahaan

Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan yang diukur menggunakan *Price to Book Value* (PBV). Rumus yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$\text{PBV} = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku Saham (BV)}}$$

$$\text{BV} = \frac{\text{TA} - \text{TU}}{\text{Saham Beredar (SB)}}$$

BV dapat dihitung dengan rumus:

$$BV = \frac{\text{Equity}}{\text{Jumlah Saham}}$$

3.2. Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu data kuantitatif yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia, yang berupa laporan keuangan dan laporan tahunan (annual report) perusahaan *food* dan *beverage* periode 2009-2013. Data tersebut diperoleh dari BEI Bandar Lampung, dan situs-situs resmi Bursa Efek Indonesia yaitu www.idx.co.id.

3.3. Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah seluruh perusahaan *food* dan *beverage* yang listing di Bursa Efek Indonesia.

Penggunaan perusahaan *food* dan *beverage* yang listing di Bursa Efek Indonesia sebagai populasi karena perusahaan tersebut mempunyai kewajiban untuk menyampaikan laporan tahunan kepada pihak luar perusahaan, sehingga memungkinkan data laporan tahunan tersebut diperoleh dalam penelitian ini.

Adapun kriteria yang digunakan untuk sampel penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Perusahaan sampel terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2009-2013 dalam kelompok perusahaan *food* dan *beverage* yang menerbitkan laporan tahunan (*annual report*) secara berturut-turut.

- b. Menerbitkan laporan keuangan tahunan untuk periode yang berakhir 31 Desember selama periode pengamatan 2009-2013.
- c. Perusahaan sampel melakukan pengungkapan CSR dalam laporan tahunan secara berturut-turut selama tahun 2009-2013.
- d. Perusahaan sampel memiliki semua data yang dibutuhkan secara lengkap selama periode pengamatan.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan di dalam penelitian ini adalah metode studi dokumentasi, dengan cara mengumpulkan data berupa laporan tahunan (*annual report*) yang telah dipublikasikan oleh perusahaan mulai tahun 2009 sampai 2013 yang diperoleh dari website BEI (www.idx.co.id). Pengumpulan data dilakukan dengan cara menelusuri laporan keuangan, laporan tahunan (*annual report*) dan laporan berkelanjutan atau informasi sosial perusahaan yang terpilih menjadi sampel.

3.5. Pengolahan Data dan Analisisnya

3.5.1. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independen keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2009). Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas data tersebut dapat dilakukan

melalui 3 cara yaitu menggunakan Uji Kolmogorof-Smirnov (Uji K-S), grafik histogram dan kurva penyebaran P-Plot.

Untuk Uji K-S yakni jika nilai hasil Uji K-S > dibandingkan taraf signifikansi 0,05 maka sebaran data tidak menyimpang dari kurva normalnya itu uji normalitas. Sedangkan melalui pola penyebaran PPlot dan grafik histogram, yakni jika pola penyebaran memiliki garis normal maka dapat dikatakan data berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji ini dimaksudkan untuk mendeteksi gejala korelasi antara variabel independen yang satu dengan variabel independen yang lain. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terdapat korelasi di antara variabel independen. Uji Multikolinieritas dapat dilakukan dengan 2 cara yaitu dengan melihat VIF (*Variance Inflation Factors*) dan nilai tolerance. Jika $VIF > 10$ dan nilai tolerance $< 0,10$ maka terjadi gejala Multikolinieritas (Ghozali, 2009).

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, atau disebut homoskedastisitas.

Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas, tidak heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas ditandai dengan adanya pola tertentu pada grafik *scatterplot*. Jika titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu

yang teratur (bergelombang), maka terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah ada korelasi antar anggota sampel atau data pengamatan yang diurutkan berdasarkan waktu, sehingga munculnya suatu datum dipengaruhi oleh data sebelumnya. Dalam penelitian ini bila terjadi Autokorelasi, berarti Nilai Perusahaan selain dipengaruhi oleh Variabel Independen juga dipengaruhi oleh nilai perusahaan pada periode sebelumnya.

Tabel 1. Kriteria Autokorelasi

Hipotesis nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	No decision	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada autokorelasi negatif	Tolak	$4-dl < d < 4$
Tidak ada autokorelasi negatif	No decision	$4-du \leq d \leq 4-dl$
Tidak ada autokorelasi, positif, dan negatif	Tidak ditolak	$du < d < 4-du$

Sumber: Ghozali, 2005

3.5.2. Teknik Analisis Data

Untuk menganalisis pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat digunakan rumus *Korelasi Product Moment*, sebagaimana dinyatakan oleh Sugiyono (2008:212): “Teknik korelasi ini digunakan untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel bila data kedua variabel berbentuk

interval atau rasio, dan sumber data dari dua variabel atau lebih adalah sama”.

Berikut adalah rumus untuk menghitung koefisien korelasi, yaitu:

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = nilai koefisien

$\sum x$ = total skor untuk variabel bebas

$\sum y$ = total skor variabel terikat

$\sum xy$ = total skor untuk variabel bebas dan variabel terikat

$\sum x^2$ = total kuadrat skor variabel bebas

$\sum y^2$ = total kuadrat skor variabel terikat

n = jumlah responden

Untuk dapat memberikan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan tersebut besar atau kecil, maka dapat berpedoman pada ketentuan tabel berikut:

Tabel 2. Pedoman Interpretasi terhadap Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000 – 1,999	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat Kuat

(Sugiyono, 2008:183)

Dalam menentukan besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat digunakan rumus *Koefisien Determinasi* yang dikemukakan oleh Sugiyono, yaitu:

$$R = (r)^2 \times 100\%$$

Keterangan:

R = koefisien determinasi

r = koefisien korelasi

(Sugiyono, 2008:216)

Langkah selanjutnya yang perlu dilakukan adalah mengetahui bagaimana variabel terikat (y) dapat diprediksikan melalui menaikkan atau menurunkan keadaan variabel bebas (x). Rumusnya adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + et$$

Keterangan:

Y = Nilai perusahaan

a = Konstanta

b_{123} = Koefisien regresi

X_1 = *Current Ratio*

X_2 = *Return on Asset (ROA)*

X_3 = *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Uji t untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dengan rumus:

$$t = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-(r)^2}}$$

Keterangan:

t = Pengujian koefisien korelasi

r = Koefisien korelasi parsial

n = Jumlah sampel yang diteliti

Pengujian ini dilakukan dengan tingkat kepercayaan 95% dan tingkat kesalahan 5% dengan $dk=(n-2)$. Dasar pengambilan keputusannya yaitu:

- a) Jika probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- b) Jika probabilitas $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Selanjutnya, untuk hipotesis secara bersama-sama (simultan) digunakan Uji F. Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap dependen. Nilai F dapat dirumuskan sebagai berikut (Sugiyono, 2003):

$$F_h = \frac{R^2 (n - k - 1)}{k (1 - R^2)}$$

Keterangan:

F_h = Pengujian signifikansi koefisien korelasi ganda.

R = Koefisien korelasi ganda.

k = Jumlah variabel independen.

n = Jumlah anggota sampel.

Pengujian ini dilakukan dengan tingkat kepercayaan 95% dan tingkat kesalahan 5% dengan derajat bebas pembilang $df1=(k-1)$ dan derajat bebas penyebut $df2=(n - k)$, k merupakan banyaknya parameter (koefisien) model regresi linier dan n merupakan jumlah pengamatan. Dasar pengambilan keputusannya yaitu:

- a) Jika probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- b) Jika probabilitas $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Daftar perusahaan *food and beverage* secara keseluruhan dapat dilihat pada Tabel di bawah ini.

Tabel 3. Daftar Perusahaan *Food and Beverage* yang Listing di BEI

No	Code	Nama Perusahaan
1.	ADES	Akasha Wira International, Tbk
2.	AISA	Tiga Pilar Sejahtera Food, Tbk
3.	ALTO	Tri Bayan Tirta, Tbk
4.	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia, Tbk
5.	DAVO	Davomas Abadi, Tbk
6.	DLTA	Delta Djakarta, Tbk
7.	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur, Tbk
8.	INDF	Indofood Sukses Makmur, Tbk
9.	MLBI	Multi Bintang Indonesia, Tbk
10.	MYOR	Mayora Indah, Tbk
11.	PSDN	Prasidha Aneka Niaga, Tbk
12.	ROTI	Nippon Indosari Corporindo, Tbk
13.	SKBM	Sekar Bumi, Tbk
14.	SKLT	Sekar Laut, Tbk
15.	STTP	Siantar Top, Tbk
16.	ULTJ	Ultrajaya Milk Industry & Trading Co, Tbk

Sumber : www.idx.co.id, 2014.

Berdasarkan 16 perusahaan tersebut, hanya 14 perusahaan yang terpilih menjadi sampel dalam penelitian ini, seperti tertera dalam Tabel 4 di bawah ini.

Tabel 4. Sampel Terpilih

No	Code	Nama Perusahaan
1.	ADES	Akasha Wira International, Tbk
2.	AISA	Tiga Pilar Sejahtera Food, Tbk
3.	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia, Tbk
4.	DLTA	Delta Djakarta, Tbk
5.	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur, Tbk
6.	INDF	Indofood Sukses Makmur, Tbk
7.	MLBI	Multi Bintang Indonesia, Tbk
8.	MYOR	Mayora Indah, Tbk
9.	PSDN	Prasidha Aneka Niaga, Tbk
10.	ROTI	Nippon Indosari Corporindo, Tbk
11.	SKBM	Sekar Bumi, Tbk
12.	SKLT	Sekar Laut, Tbk
13.	STTP	Siantar Top, Tbk
14.	ULTJ	Ultrajaya Milk Industry & Trading Co, Tbk

Sumber : www.idx.co.id, 2014.

Berdasarkan Tabel 4 di atas, hanya terdapat 14 perusahaan yang memenuhi semua syarat penelitian untuk dijadikan sampel tersebut karena tidak memenuhi kriteria yang telah ditetapkan dan tidak didukung kelengkapan data selama periode penelitian yaitu antara tahun 2009 sampai dengan 2013.

4.1 Deskripsi Umum Hasil Penelitian

Berdasarkan data mentah yang diinput dari www.idx.co.id tahun 2014 dapat dihitung rasio-rasio keuangan yang digunakan dalam penelitian ini, yang meliputi ROE, ROA, EPS, CSR dan Nilai Perusahaan. Selanjutnya apabila dilihat dari nilai rata-rata (mean) dan standar deviasi (δ) dari masing-masing variabel penelitian dapat dilihat pada Tabel 5 berikut ini:

Tabel 5. Perhitungan Mean dan Standar Deviasi

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
Y	5.5633	4.00432	70
CR	25.2447	13.66970	70
ROA	12.1670	10.24041	70
CSR	2.0926	1.17581	70

Sumber : Lampiran 4 (Data Diolah), 2015.

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 5 tersebut nampak bahwa dari 14 perusahaan sampel dengan 70 pengamatan, rata-rata nilai perusahaan selama periode pengamatan (2009-2013) sebesar 5,5633 dengan standar deviasi (SD) sebesar 4,00432, rata-rata CR 25,2447 dengan standar deviasi (SD) sebesar 13,66970, rata-rata ROA 12,1670 dengan standar deviasi (SD) sebesar 10,24041, dan rata-rata CSR 2,0926 dengan standar deviasi sebesar 1,17581. Hasil tersebut terlihat nilai SD lebih kecil daripada rata-rata ROE, kondisi ini menunjukkan

bahwa terdapatnya fluktuasi yang tidak terlalu besar pada perusahaan *food and beverage* selama 2009-2013.

4.2 Hasil Analisis Uji Asumsi Klasik

4.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independen keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2009). Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas data tersebut dapat dilakukan dengan menggunakan Uji Kolmogorof-Smirnov (Uji K-S). Untuk Uji K-S yakni jika nilai hasil Uji K-S > dibandingkan taraf signifikansi 0,05 maka sebaran data tidak menyimpang dari kurva normalnya itu uji normalitas. Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh hasil seperti Tabel 6 di bawah ini.

Tabel 6. *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*

		CR	ROA	CSR	Y
N		70	70	70	70
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	25.2447	12.1670	2.0926	5.5633
	Std. Deviation	13.66970	13.48044	1.17581	9.66232
Most Extreme Differences	Absolute	.174	.227	.113	.300
	Positive	.174	.227	.113	.291
	Negative	-.098	-.210	-.066	-.300
Kolmogorov-Smirnov Z		1.453	0.897	.948	0.511
Asymp. Sig. (2-tailed)		.069	.301	.330	.112

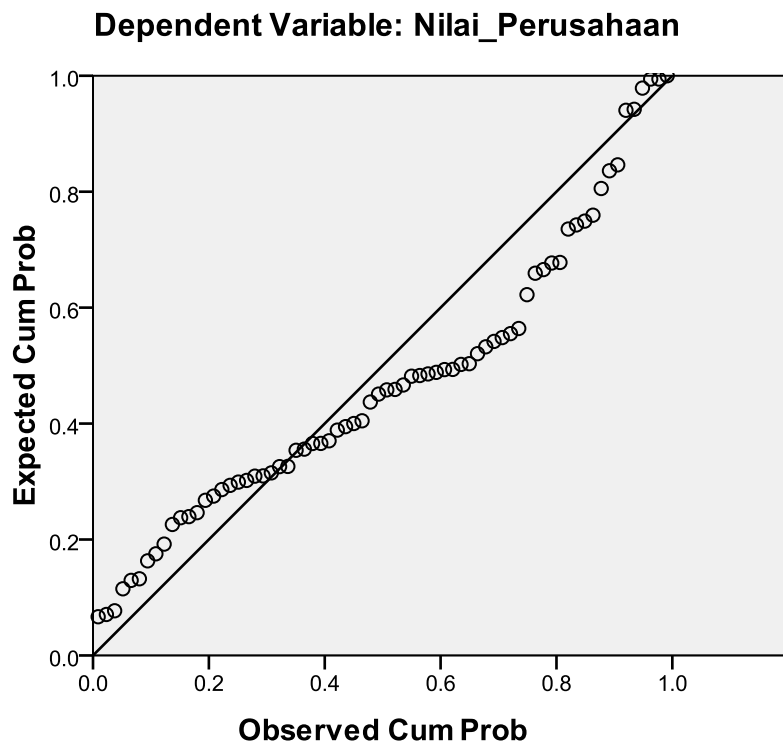
Sumber : Lampiran 4 (Data Diolah), 2015.

Dari Tabel di atas terlihat bahwa untuk variabel CR diperoleh nilai Kolmogorov-Smirnov Z = 1,453 dan Asymp. Signifikan (2-tailed) = 0,322, variabel ROA

diperoleh nilai Kolmogorov-Smirnov $Z = 0,897$ dan Asymp. Signifikan (2-tailed) = 0,301, variabel CSR diperoleh nilai Kolmogorov-Smirnov $Z = 0,948$ dan Asymp. Signifikan (2-tailed) = 0,330, dan untuk variabel nilai perusahaan diperoleh nilai Kolmogorov-Smirnov $Z = 0,511$ dan nilai Asymp. Signifikan (2-tailed) = 0,112, dengan demikian, berdasarkan nilai K-S yang signifikansinya lebih besar dari 0,05 (5%), maka dapat disimpulkan bahwa data residual terdistribusi secara normal.

Normalitas data juga bisa dilihat dari *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dan distribusi normal. Berikut ini gambar grafik *normal probability plot*.

Gambar 3. *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual*



Sumber : Lampiran 4 (Data Diolah), 2015.

Dari grafik histogram tampak bahwa residual terdistribusi secara normal dan berbentuk simetris tidak menceng ke kanan atau ke kiri. Pada *normal probability plot* titik-titik menyebar berhimpit di sekitar diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa dari grafik di atas terbukti residual telah terdistribusi secara normal.

4.2.2 Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antarvariabel bebas (independen). Jika hasil penelitian menunjukkan nilai *tolerance* $< 0,10$ dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) ≥ 10 berarti ada multikolonieritas, sebaliknya jika nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 berarti tidak ada multikolonieritas. Di bawah merupakan Tabel hasil analisis dari uji multikolonieritas.

Tabel 7. Nilai *Tolerance* dan VIF

Coefficient	<i>Tolerance</i>	VIF
CR	0,573	1,745
ROA	0,972	1,029
CSR	0,579	1,726

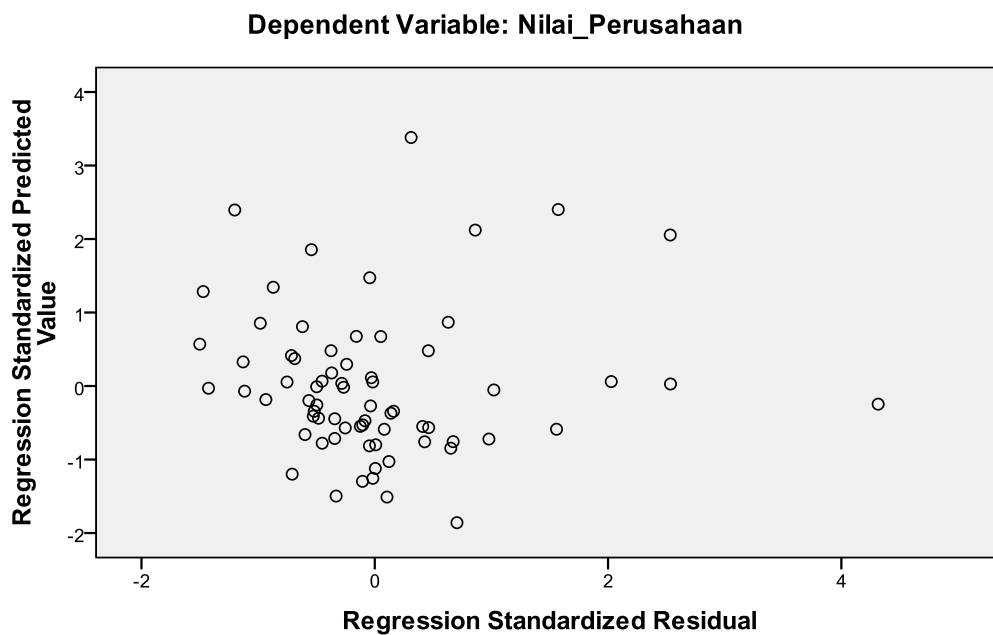
Sumber : Lampiran 4 (Data Diolah), 2015.

Berdasarkan Tabel di atas terlihat bahwa nilai *tolerance* untuk keseluruhan variabel lebih besar dari 0,10, sedangkan untuk nilai VIF kurang dari 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak ada indikasi multikolonieritas dalam model regresi yang digunakan pada penelitian ini.

4.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Imam Ghozali, (2009:125-126) ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya Heteroskedastisitas yaitu Melalui grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu *ZPRED* dengan risidunya *SRESID*. Deteksi ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara *SRESID* dan *ZPRED* dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah *distudentized*. Untuk melihat ada tidaknya gejala heterokedastisitas dalam model regresi dapat dilihat pada grafik *scatterplot* berikut ini:

Gambar 4. *Scatterplot*



Sumber : Lampiran 4 (Data Diolah), 2015.

Berdasarkan grafik *scatterplot* di atas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi. Hal ini terlihat dari titik-titik pada grafik *scatterplot* yang menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y. Dengan demikian, model regresi dalam

penelitian ini layak dipakai untuk memprediksi nilai perusahaan berdasarkan masukan variabel independen CR, ROA, dan CSR.

4.2.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Uji *Durbin-Watson* adalah salah satu alat uji untuk mengetahui apakah suatu model regresi terdapat autokorelasi. Nilai *Durbin-Watson* akan dibandingkan dengan nilai dalam Tabel *Durbin-Watson* untuk mendapatkan batas bawah (DL) dan batas atas (DU) dengan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$. Dari hasil perhitungan SPSS diperoleh nilai *Durbin-Watson* seperti Tabel di bawah ini.

Tabel 8. Nilai *Durbin-Watson*

Model	<i>Durbin-Watson</i>
1	1,928

Sumber : Lampiran 4 (Data Diolah), 2015.

Dari Tabel di atas terlihat nilai *Durbin-Watson* sebesar 1,928, untuk lebih jelasnya apakah dalam model regresi tidak terjadi gejala autokorelasi maka akan dilakukan perhitungan sebagaimana kriteria $du < d < 4-du$ dengan sampel sebanyak 135 dan 4 variabel independen. Berikut perhitungan untuk mengetahui apakah terdapat gejala autokorelasi dalam model regresi atau tidak:

$$du < d < 4-du$$

$$1,7351 < 1,928 < 4-1,7351$$

$$1,7351 < 1,928 < 2,2649$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, maka diketahui bahwa sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan model regresi dalam penelitian ini tidak terdapat gejala autokorelasi.

4.3 Korelasi Product Moment

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan bantuan Program SPSS diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 9. Korelasi Product Moment

		Y	CR	ROA	CSR
Pearson Correlation	Y	1.000	-.130	.550	.474
	CR	-.130	1.000	-.165	.648
	ROA	.550	.165	1.000	.130
	CSR	.474	.648	-.130	1.000
Sig. (1-tailed)	Y	.	.141	.000	.271
	CR	.141	.	.086	.000
	ROA	.000	.086	.	.141
	CSR	.010	.000	.141	.
N	Y	70	70	70	70
	CR	70	70	70	70
	ROA	70	70	70	70
	CSR	70	70	70	70

Sumber : Lampiran 4 (Data Diolah), 2015.

Berdasarkan Tabel di atas dapat diketahui besarnya korelasi antara variabel bebas dan variabel terikat secara parsial yaitu sebagai berikut:

1. Besarnya korelasi antara variabel CR dengan nilai perusahaan (r_{X1Y}) = -0,130, mengandung arti bahwa hubungan kedua variabel tersebut negatif dengan tingkat keeratan dalam kriteria sangat rendah. Selanjutnya, besarnya pengaruh

variabel CR terhadap nilai perusahaan yaitu dengan menggunakan rumus koefisien determinasi/koefisien penentu berikut ini:

$$KP = r^2 \times 100\% = (-0,130)^2 \times 100\% = 0,0169 \times 100\% = 1,69\%.$$

Jadi pengaruh variabel ROE terhadap nilai perusahaan yaitu sebesar 1,69%.

2. Besarnya korelasi antara variabel ROA dengan nilai perusahaan (r_{X2Y}) = 0,550, mengandung arti bahwa hubungan kedua variabel tersebut positif dengan tingkat keeratan dalam kriteria sedang. Selanjutnya, besarnya pengaruh variabel ROA terhadap nilai perusahaan yaitu dengan menggunakan rumus koefisien determinasi/koefisien penentu berikut ini:

$$KP = r^2 \times 100\% = (0,550)^2 \times 100\% = 0,303 \times 100\% = 30,3\%.$$

Jadi pengaruh variabel ROA terhadap nilai perusahaan yaitu sebesar 30,3%.

3. Besarnya korelasi antara variabel CSR dengan nilai perusahaan (r_{X4Y}) = 0,474, mengandung arti bahwa hubungan kedua variabel tersebut negatif dengan tingkat keeratan dalam kriteria sedang. Selanjutnya, besarnya pengaruh variabel CSR terhadap nilai perusahaan yaitu dengan menggunakan rumus koefisien determinasi/koefisien penentu berikut ini:

$$KP = r^2 \times 100\% = (0,474)^2 \times 100\% = 0,225 \times 100\% = 22,5\%.$$

Jadi pengaruh variabel ROA terhadap nilai perusahaan yaitu sebesar 22,5%.

Tabel 10. Nilai Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.552 ^a	.305	.274	8.23549

Sumber : Lampiran 4 (Data Diolah), 2015.

Nilai *R Square* sebesar 0,305 atau 30,5%, hal ini berarti 30,5% variasi nilai perusahaan bisa dijelaskan oleh variasi dari keempat variabel bebas yaitu CR, ROA, dan CSR, sedangkan sisanya sebesar 69,5% dijelaskan oleh sebab-sebab lain di luar model.

4.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil output SPSS nampak bahwa pengaruh secara bersama-sama empat variabel independen tersebut (CR, ROA, dan CSR) terhadap nilai perusahaan seperti ditunjukkan pada Tabel 11 sebagai berikut:

Tabel 11. Hasil Perhitungan Regresi Simultan

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1965.535	3	655.178	9.660	.000 ^a
	Residual	4476.341	66	67.823		
	Total	6441.876	69			

Sumber : Lampiran 4 (Data Diolah), 2015.

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai F sebesar 9,660 dan nilai signifikansi sebesar 0,000, karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan variabel CR, ROA, dan CSR secara bersama-sama terhadap variabel nilai perusahaan.

Sementara itu secara parsial pengaruh dari keempat variabel independen tersebut terhadap nilai perusahaan ditunjukkan pada Tabel 12 sebagai berikut:

Tabel 12. Hasil Perhitungan Regresi Parsial

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.312	2.536		.518	.606
CR	-.046	.096	-.066	-.484	.630
ROA	.390	.075	.544	5.230	.000
CSR	.322	1.108	.039	3.291	.023

Sumber : Lampiran 4 (Data Diolah), 2015.

Berdasarkan hasil output SPSS tersebut diatas dapat dilihat nilai konstanta sebesar 1,312. Hal ini mengindikasikan bahwa nilai perusahaan mempunyai nilai sebesar 1,312 dengan tidak dipengaruhi oleh variabel independen (CR, ROA, dan CSR).

Untuk melihat besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya dapat dilihat dari nilai *beta unstandardized coefficient* karena satuan yang digunakan variabel penelitian sama yaitu persentase (%). Dari Tabel 12 maka dapat disusun persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$\text{Nilai perusahaan} = 1,312 - 0,046 \text{ ROE} + 0,390 \text{ ROA} + 0,322 \text{ CSR}$$

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai *R Square* sebesar 0,305 atau 30,5%, hal ini berarti 30,5% variasi nilai perusahaan bisa dijelaskan oleh variasi dari keempat variabel bebas yaitu CR, ROA, dan CSR, sedangkan sisanya sebesar 69,5% dijelaskan oleh sebab-sebab lain di luar model

Variabel independen CR, ROA, dan CSR secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan *Food and Beverage* yang listing di Bursa

Efek Indonesia periode 2009-2013. Hal ini terlihat dari hasil uji f statistik dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Adapun pengaruh variabel CR, ROA, dan CSR secara parsial terhadap nilai perusahaan ditunjukkan oleh parameternya masing-masing melalui uji t statistik.

Dalam uji t statistik, a , b_1 , b_2 , dan b_3 , disebut parameter atau juga disebut koefisien regresi; a sebagai koefisien titik potong (konstanta) dan b_1 , b_2 , dan b_3 sebagai koefisien kemiringan (*slope*). Koefisien titik potong adalah nilai variabel dependen (nilai perusahaan) apabila nilai variabel independen (CR, ROA, dan CSR) sama dengan nol. Koefisien kemiringan mengukur tingkat perubahan nilai rata-rata variabel dependen untuk setiap perubahan variabel independen sebesar satu unit.

Nilai konstanta hasil regresi linear berganda untuk perusahaan *Food and Beverage* adalah sebesar 1,312. Artinya perusahaan akan memperoleh nilai perusahaan sebesar 1,312 tanpa dipengaruhi oleh variabel-variabel independen CR, ROA, dan CSR.

4.5. Pembahasan

4.5.1. Pengaruh *Current Ratio* (CR) terhadap Nilai Perusahaan

Dari perhitungan persamaan regresi linier berganda, hasilnya adalah nilai koefisien variabel *Current Ratio* sebesar 0,046. Dari hasil perhitungan uji secara parsial diperoleh nilai t hitung sebesar -0,484 dan nilai signifikansi sebesar 0,630. Karena koefisien regresi bertanda negatif dan nilai signifikansi lebih besar dari

0,05 maka hipotesis diterima, berarti variabel *current ratio* berpengaruh negatif terhadap variabel nilai perusahaan.

Parameter b_1 menunjukkan nilai koefisien regresi variabel *Current ratio* sebesar -0,046, artinya bahwa antara variabel independen *current ratio* dan variabel dependen nilai perusahaan terjadi hubungan yang negatif. Untuk setiap tambahan *current ratio* sebesar 1%, maka nilai perusahaan akan turun sekitar 0,046 dan hasil ini tidak signifikan secara statistik karena tingkat signifikansinya di atas 0,05. Dengan demikian hipotesis yang mengatakan bahwa *current ratio* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan *food* dan *beverage* yang *listing* di Bursa Efek Indonesia dapat diterima.

Menurut Ang (2003), bahwa nilai *current ratio* yang tinggi dari suatu perusahaan akan mengurangi ketidakpastian bagi investor, namun mengindikasikan adanya dana yang menganggur (*idle cash*) sehingga akan mengurangi tingkat pendapatan perusahaan, akibatnya kinerja keuangan akan menurun. Dengan demikian diduga semakin besar nilai *current ratio* maka semakin kecil kinerja keuangan yang diperoleh.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Zuraedah (2010) menunjukkan bahwa *current ratio* berpengaruh negatif terhadap kinerja keuangan pada Perusahaan BUMN yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Oleh karena itu, *current ratio* (CR) bukan merupakan faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food* dan *beverage* yang *listing* di Bursa Efek

Indonesia, karena setiap peningkatan *current ratio* akan mampu menurunkan nilai perusahaan.

4.5.2. Pengaruh *Return on Assets (ROA)* terhadap Nilai Perusahaan

Dari perhitungan persamaan regresi linier berganda, hasilnya adalah nilai koefisien variabel ROA sebesar 0,390. Dari hasil perhitungan uji secara parsial diperoleh nilai t hitung sebesar 5,230 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena koefisien regresi bertanda positif dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis diterima, berarti *return on assets (ROA)* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan *food* dan *beverage* yang *listing* di Bursa Efek Indonesia.

Parameter b_2 menunjukkan nilai koefisien regresi variabel ROA sebesar 0,390, artinya bahwa antara variabel independen ROA dan variabel dependen ROA terjadi hubungan yang positif. Hal ini berarti untuk setiap tambahan ROA sebesar 1%, maka nilai perusahaan akan naik sekitar 0,390. Hasil ini signifikan secara statistik karena tingkat signifikansinya di bawah 0,05. Dengan demikian hipotesis yang mengatakan bahwa *return on assets (ROA)* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan *food* dan *beverage* yang *listing* di Bursa Efek Indonesia dapat diterima.

Menurut Modigliani dan Miller (2003), bahwa semakin tinggi *earning powers* dari aset perusahaan, hal positif menunjukkan bahwa semakin efisien perputaran aset dan akan semakin tinggi profit margin yang diperoleh perusahaan, dan pada akhirnya akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dan mendukung penelitian yang dilakukan oleh Ulupui (2007) menunjukkan bahwa ROA berpengaruh positif signifikan terhadap return saham saham satu periode ke depan. Oleh karena itu, ROA merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi ROA pada perusahaan *food and beverage* menunjukkan semakin besar kepercayaan dari pihak luar, sehingga sangat memungkinkan meningkatkan nilai perusahaan, karena pada dasarnya kreditur/investor lebih menyukai pengembalian pinjaman/investasi yang lebih cepat.

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

Dari perhitungan persamaan regresi linier berganda, hasilnya adalah nilai koefisien variabel CSR sebesar 0,322. Berdasarkan perhitungan uji secara parsial, hasilnya adalah nilai t hitung sebesar 3,291 dan nilai signifikansi sebesar 0,023. Karena koefisien regresi bertanda positif dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis diterima, berarti terdapat pengaruh positif antara variabel *Corporate Social Responsibility* dengan variabel nilai perusahaan.

Parameter b_3 menunjukkan nilai koefisien regresi variabel CSR sebesar 0,322, artinya bahwa antara variabel independen CSR dan variabel dependen nilai perusahaan terjadi hubungan yang positif. Hal ini berarti untuk setiap tambahan CSR sebesar 1%, maka nilai perusahaan akan naik sekitar 0,322. Hasil ini signifikan secara statistik karena tingkat signifikansinya di bawah 0,05. Dengan demikian hipotesis yang mengatakan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan *food* dan *beverage* yang *listing* di Bursa Efek Indonesia, dapat diterima.

Di samping kinerja keuangan yang dilihat investor sebelum memutuskan untuk berinvestasi dalam suatu perusahaan, adanya pengungkapan item CSR dalam laporan keuangan diharapkan akan menjadi nilai plus yang akan menambah kepercayaan para investor, bahwa perusahaan tersebut akan terus berkembang dan berkelanjutan. Para investor akan mengapresiasi perusahaan yang mengungkapkan CSR dibanding dengan perusahaan yang tidak mengungkapkan CSR. Adanya apresiasi positif dari para investor terhadap pengungkapan CSR menyebabkan nilai perusahaan akan meningkat.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, ternyata sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kusumadilaga (2010), menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dan variabel profitabilitas sebagai variabel moderating tidak dapat mempengaruhi hubungan CSR dan nilai perusahaan.

Hasil pengujian hipotesis yang ketiga dapat disimpulkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, menurut penulis dapat diartikan bahwa pengungkapan CSR akan meningkatkan nilai perusahaan *food* dan *beverage* yang *listing* di Bursa Efek Indonesia. Fenomena ini terjadi karena perusahaan *food* dan *beverage* yang *listing* di Bursa Efek Indonesia mempunyai transparansi yang tinggi dalam mengungkapkan kegiatan-kegiatan sosial kemasyarakatan yang telah dilakukan oleh perusahaan *food* dan *beverage*. Di sisi lain, besarnya biaya yang

dikeluarkan oleh perusahaan untuk kegiatan sosial kemasyarakatan sudah dicantumkan dalam laporan keuangan perusahaan *food* dan *beverage*, sehingga akan mempermudah bagi investor untuk menelusuri besarnya biaya yang dimaksud. Transparansinya perusahaan *food* dan *beverage* yang *listing* di Bursa Efek Indonesia dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, baik meliputi ruang lingkup kegiatan dan biaya yang dikeluarkan akan mampu meningkatkan penjualan saham di pasar modal dan pada akhirnya menghasilkan nilai perusahaan yang positif di mata investor.

Tabel 13. Rekapitulasi Hasil Uji Statistik

Variabel	t-statistik	t-tabel $\alpha = 0,05$	Probabilitas	Kesimpulan
CR	-0,484	2,000	0,630	Ha didukung
ROA	5,230	2,000	0,000	Ha didukung
CSR	3,291	2,000	0,023	Ha didukung

Sumber : Lampiran 4 (Data Diolah), 2015.

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dikemukakan pada Bab IV, hasilnya dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut: Data yang dipergunakan dalam penelitian ini terdistribusi normal, tidak terdapat multikolinieritas, bebas heteroskedastisitas dan autokorelasi. Dari pengujian hipotesis penelitian, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan pengujian hipotesis 1, hasilnya menunjukkan bahwa secara parsial variabel *Current Ratio* (CR) berpengaruh negatif terhadap variabel nilai perusahaan *food and beverage* yang *listing* di Bursa Efek Indonesia, sehingga hipotesis 1 didukung.
2. Berdasarkan pengujian hipotesis 2, hasilnya menunjukkan bahwa secara parsial variabel *Return on Assets* (ROA) berpengaruh positif terhadap variabel

nilai perusahaan *food and beverage* yang *listing* di Bursa Efek Indonesia, sehingga hipotesis 2 didukung.

3. Berdasarkan pengujian hipotesis 3, hasilnya menunjukkan bahwa secara parsial variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap variabel nilai perusahaan *food and beverage* yang *listing* di Bursa Efek Indonesia, sehingga hipotesis 3 didukung.
4. Berdasarkan pengujian hipotesis 4, hasilnya menunjukkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh *Current Ratio* (CR), *Return on Assets* (ROA), dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan *food and beverage* yang *listing* di Bursa Efek Indonesia.

5.2 Keterbatasan

Penelitian yang dilakukan ini pada dasarnya memiliki beberapa keterbatasan, antara lain:

1. Hasil penelitian ini terbatas pada pengamatan yaitu selama 5 tahun dengan sampel yang terbatas 14 sampel dari 16 total populasi, hal ini didasarkan pada kriteria inklusi dalam pengambilan sampel yaitu perusahaan yang tidak mencantumkan laporan keuangan secara lengkap pada periode penelitian harus dikeluarkan dari sampel.
2. Faktor fundamental perusahaan yang digunakan sebagai dasar untuk memprediksi nilai perusahaan hanya terbatas pada Rasio Likuiditas yaitu *Current Ratio*, Rasio Profitabilitas yaitu *Return on Assets* (ROA) dan

Corporate Social Responsibility, sedangkan masih banyak faktor lain yang dapat digunakan untuk memprediksi nilai perusahaan.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil dan keterbatasan penelitian, penulis memberikan saran yang mungkin dapat dipertimbangkan bagi peneliti selanjutnya mengenai pengaruh kinerja keuangan dan pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan, yaitu:

1. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan jumlah sampel penelitian dengan memperpanjang periode penelitian, hal ini disebabkan masih banyak perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia lebih dari 5 (lima) tahun, dan tidak hanya terfokus pada perusahaan *food and beverage*.
2. Penelitian selanjutnya hendaknya dapat dikembangkan dan ditambahkan lagi faktor-faktor fundamental yang dapat memprediksi nilai perusahaan *food and beverage* yang listing di Bursa Efek Indonesia.

5.4 Implikasi

1. Rasio likuiditas khususnya *current ratio* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan harus lebih berhati-hati menggunakan dana yang menganggur (*idle cash*) karena akan mampu mengurangi tingkat pendapatan.
2. Bagi para kreditur dan para investor hendaknya lebih memahami dan jeli terhadap perkembangan nilai perusahaan *food and beverage* yang listing di Bursa Efek Indonesia terutama dilihat dari kinerja keuangan yang terjadi di

perusahaan, sehingga dapat membantu dalam keberhasilan pengambilan keputusan investasi di masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin. 2012. *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Edisi Ketiga. Penerbit Bayu Media Publishing. Malang.
- Bassamalah, Anies S., dan Johnny Jermias. 2005. "Social and Evironmental Reporting and Auditing in Indonesia: Maintaining Organizational Legitimacy?". *Gadjah Mada International Journal of Business*, Januari-April Vol. 7, No. 1. Hal 109-127.
- Chandra, Eva TM. 2010. *Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Pemoderasi*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 15, No. 3: 313 – 331.
- Djarwanto. 2001. *Analisis Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan Perusahaan*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Effendi. 2009. *The Power of Good Corporate Governance: Teori dan Implementasi*. Salemba Empat. Jakarta.
- Fuad. 2003. *Analisis Rasio Keuangan*. Pengembangan Eksekutif. Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2005. *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ke 4. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Halim dan Hanafi. 2010. *Analisa Belanja: Dasar-dasar Perhitungan dalam Keputusan Keuangan*. Cetakan Kedua. Penerbit Bina Aksara. Jakarta.
- Hanafi, Mahmud M. 2005. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi 2. UPP AMP-YKPN. Yogyakarta.
- Handoko, Yuanita. 2010. *Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Pemoderasi*. Skripsi Fakultas Ekonomi. Universitas Gunadarma. Depok.
- Harahap, Sofyan Syafri. 2002. *Teori Akuntansi Laporan Keuangan*. PT. Bumi Aksara, Jakarta.

- Haruman, Tendi. 2008. *Pengaruh Struktur Kepemilikan terhadap Keputusan Keuangan dan Nilai Perusahaan*. Simposium Nasional Akuntansi XI, Pontianak.
- Indriantoro dan Supomo. 2002. *Pengantar Penelitian Ilmiah, Dasar, Metode dan Teknik*. Penerbit Tarsito. Bandung.
- Jumingan. 2006. *Analisis Laporan Keuangan*. PT. Bumi Aksara. Jakarta.
- Kusumadilaga, Rimba. 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.
- Makaryati. 2002. *Pengaruh Perataan Laba dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan*. Tesis S2. Program Pascasarjana Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Martina. 2012. *Dampak Set Peluang Investasi Terhadap Nilai Perusahaan Publik di Bursa Efek Indonesia*. JAAI. Vol. 9. No. 117-126.
- Martono. 2002. *Manajemen Keuangan*. Penerbit BPFE. Yogyakarta.
- Nursahid. 2006. *Struktur Modal, Struktur Kepemilikan Perusahaan, Permasalahan Keagenan dan Informasi Asimetri*. Edisi Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Prambudi, Teguh Sri. 2006. "CEO dan CSR : Antara Citra dan Kepedulian – Economics and Business Accounting Review". Edisi Ketiga/September – Desember 2006.
- Rahman, Reza. 2009. *Corporate Social Responsibility Antara Teori dan Kenyataan*. Penerbit Media Presindo. Yogyakarta.
- Roma, Uly Juliana dan Sulardi. 2003. "Manfaat Rasio Keuangan dalam Memprediksi Perubahan Laba Perusahaan Manufaktur". Jurnal Bisnis dan Manajemen. Vol. 3, No. 2. Hal 102-126.
- Sembiring, Eddy Rismanda. 2005. *Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial : Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta*. Simposium Nasional Akuntansi VIII. Solo.
- Siagian. 2004. *Corporate Social Responsibility From Charity To Sustainability*. Salemba Empat. Jakarta.

Singarimbun. 2003. *Metode Penelitian Survei*. Lembaga Penelitian, Pendidikan dan Penerangan Ekonomi dan Sosial. Jakarta.