

PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (STUDI PADA PERUSAHAAN SUBSEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2017-2019)

Untara¹⁾

¹⁾Dosen Program Studi Akuntansi, STIE Nusa Megarkencana

Email : torobantul@gmail.com

Titi Ayem Lestari²⁾

²⁾Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Gunadarma

Email : titiayem@staff.gunadarma.ac.id

Wendri Sukmarani³⁾

³⁾Dosen Program Studi Akuntansi, STIE Nusa Megarkencana

Email : wendrisukmarani79@gmail.com

Abstract

The purpose of the research is to determine the effect of Corporate Social Responsibility, Profitability and Firm Size on Firm Value of the company in food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange. The research used 15 sample of mining companies listed on the Indonesian stock exchange for the period 2015-2019 so that total samples 45 by using a purposive sampling technique. This research used multiple linear regression analysis method with statistical software tools SPSS version 25 which is used for descriptive statistical testing and linear regression. The result of the research about the effect of Corporate Social Responsibility, Profitability and Firm Size to the Value of the Company in the mining company registered in Indonesian Stock Exchange for the period 2017-2019 are: (1) Corporate Social Responsibility has no effect on Firm Value, (2) Profitability effect on Firm Value, (3) Firm Size effect on Firm Value.

Keywords : *Corporate Social Responsibility, Profitability, Firm Size and Firm Value.*

A. PENDAHULUAN

Kondisi perekonomian saat ini telah menciptakan persaingan yang ketat antar perusahaan dalam negeri. Persaingan bisnis ini menuntut setiap perusahaan untuk merencanakan strategi yang baik guna meningkatkan kinerja agar perusahaan mampu bertahan dan tetap maju ditengah situasi tersebut, khususnya untuk mencapai tujuan perusahaan. Salah satu dari tujuan perusahaan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan yang tercermin dari harga sahamnya.

Nilai perusahaan juga akan berdampak langsung terhadap kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan tersebut meningkat maka investor akan melihat bahwa perusahaan tersebut memiliki reputasi yang baik, karena nilai perusahaan yang tinggi dapat menunjukkan prospek baik atau tidak nya perusahaan di masa mendatang (Sugiarti, 2016). Saat ini perusahaan dituntut tidak hanya bertujuan untuk mementingkan kesejahteraan dan kemakmuran para pemegang saham saja, namun dalam menjalankan perusahaannya, perusahaan juga semestinya mampu memberikan kontribusi kepada masyarakat seperti tanggung jawab social, meningkatkan kesejahteraan social, dan serta ikut aktif dalam menjaga kelestarian lingkungannya. Strategi pelaksanaan Corporate Social Responsibility menjadi aspek yang penting untuk diperhatikan suatu perusahaan.

Corporate Social Responsibility merupakan salah satu informasi yang semestinya tercantum didalam laporan tahunan perusahaan yang diatur dalam Undang-Undang Perseroan

1) Penulis adalah Dosen STIE Nusa Megarkencan Yogyakarta 2)Penulis adalah Dosen Universitas Gunadarma Jakarta 3) Penulis adalah Dosen STIE Nusa Megarkencan Yogyakarta

Terbatas Nomor 40 Pasal 74 Tahun 2007 Pasal 74 bahwa perusahaan dalam menjalankan kegiatan usaha yang berhubungan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan suatu komitmen perusahaan untuk berpartisipasi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas hidup dan lingkungan, yang bermanfaat bagi perusahaan itu sendiri, komunitas lokal dan seluruh masyarakat. Salah satu tujuan perusahaan dalam melakukan aktivitas Corporate Social Responsibility adalah untuk menunjukkan kepada para stakeholders atau pemangku kepentingan seperti, karyawan, pelanggan, pemasok dan lain sebagainya bahwa perusahaan memiliki kepedulian terhadap mereka bukan hanya terhadap pihak yang memberikan dana bagi perusahaan, yaitu kreditor dan stockholders (Hery, 2017).

Faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan selain Corporate Social Responsibility adalah melalui profitabilitas perusahaan. Profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan keuntungan dari penjualan dan investasi perusahaan. Jika profitabilitas baik, para pemangku kepentingan seperti kreditor, pemasok, dan investor akan melihat sejauh mana perusahaan memperoleh keuntungan dari penjualan dan investasi perusahaan. Jadi secara teori semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan maka semakin baik perusahaan tersebut, karena kemakmuran pemegang saham atau stakeholder juga meningkat. (Pristianingrum, 2017).

Dalam penelitian ini profitabilitas diprosikan melalui Return On Asset sebagai ukuran profitabilitas perusahaan. Return On Asset menunjukkan kemampuan perusahaan dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba setelah pajak. Rasio ini penting bagi manajemen untuk mengevaluasi efektivitas dan efisiensi manajemen perusahaan dalam mengelola seluruh aktiva perusahaan Sudana (2015:25).

Ukuran perusahaan juga dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Dewantari, Cipta dan Susila (2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan adalah suatu skala di mana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara antara lain dengan total aset, nilai pasar saham, dan lain-lain. Besar kecilnya perusahaan dapat dilihat dari total aset yang dimiliki perusahaan tersebut.

Perusahaan subsektor makanan dan minuman merupakan industri yang perkembangannya sangat pesat di Indonesia. Penelitian ini menggunakan sampel pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) karena perusahaan subsektor makanan dan minuman lebih rentan terhadap kondisi ekonomi dan mempunyai tingkat sensitifitas yang tinggi terhadap peristiwa internal maupun eksternal. Perusahaan subsektor makanan dan minuman juga memberikan kontribusi yang besar terhadap pencemaran lingkungan akibat produksi limbah, sehingga diharapkan pengungkapan Corporate Social Responsibility menjadi lebih luas.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, sehubungan dengan pengaruh tanggung jawab sosial terhadap nilai perusahaan, maka peneliti tertarik untuk menganalisis lebih lanjut keterkaitan dan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yaitu **“PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (STUDI PADA PERUSAHAAN SUBSEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2017-2019)”**.

Sesuai dengan latar belakang diatas, untuk memberikan fokus dan batasan penelitian agar hasil yang diperoleh bisa memberikan kesimpulan yang baik, penulis merumuskan masalah sebagai berikut : Bagaimana pengaruh Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ?

Agar pembahasan penelitian tidak meluas dari permasalahan yang akan di bahas, peneliti menetapkan pembahasan masalah hanya pada masalah yang berkaitan dengan pengaruh Corporate Social Responsibility berdasarkan standar Global Reporting Initiative (GRI),

1) Penulis adalah Dosen STIE Nusa Megarkencana Yogyakarta 2)Penulis adalah Dosen Universitas Gunadarma Jakarta 3)
Penulis adalah Dosen STIE Nusa Megarkencana Yogyakarta

Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan pada Sub Sektor Makanan dan Minuman periode 2017-2019 dengan menggunakan perhitungan Corporate Social Responsibility, Profitabilitas diproksikan dengan Return On Equity (ROA) dan Ukuran Perusahaan.

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh CSR, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan pada sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019.

B. KAJIAN LITERATUR

1. Teori Agensi (*Agency Theory*)

Menurut Pratiwi (2019) Agency theory menjelaskan bahwa hubungan kontraktual antara principals dan agents. Dalam hal ini, principal merupakan pemilik atau pemegang saham, sedangkan agent merupakan manajemen yang mengelola perusahaan. Teori agensi menekankan pentingnya pemisahan kepentingan antara principal dan agent. Tujuan pemisahan manajemen dan kepemilikan perusahaan adalah ketika perusahaan dikelola oleh agent, principal akan mendapatkan manfaat yang semaksimal mungkin dengan biaya yang paling efektif.

2. Teori Stakeholders

Menurut Nopriyanto (2017) Teori stakeholder merupakan teori yang menggambarkan kepada pihak mana saja perusahaan bertanggungjawab. Teori stakeholder mengungkapkan bahwa perusahaan harus memberikan manfaat bagi para stakeholders. Manfaat tersebut dapat diterapkan dengan menjalankan program Corporate Social Responsibility (CSR). Dengan adanya program tersebut diharapkan perusahaan mampu meningkatkan kesejahteraan karyawan, pelanggan dan masyarakat sekitar.

3. Teori Legitimasi

Menurut Hadi (2018:141) legitimasi merupakan system pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan masyarakat (society), pemerintah individu dan kelompok masyarakat. Aktiviasi *Corporate Social Responsibility* perusahaan merupakan wujud kepedulian perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan, dengan tujuan memperjuangkan legitimasi masyarakat, hal ini sejalan dengan teori legitimasi yang menjelaskan bahwa perusahaan harus melakukan kegiatan sesuai dengan Batasan dan norma.

4. Teori Sinyal

Menurut Fahmi (2014:21) *Signaling theory* adalah teori yang membahas mengenai naik turunnya harga di pasar seperti harga saham, obligasi dan sebagainya sehingga akan memberikan pengaruh terhadap keputusan investor. Berdasarkan teori sinyal, perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui laporan tahunannya. Semakin banyak berita baik (*good news*) tentang laba perusahaan dan kegiatan *Corporate Social Responsibility* akan semakin baik prospek kinerja perusahaan di masa depan, karena perusahaan tidak hanya mementingkan keuntungan, tetapi juga tentang hubungan sosial dan kelestarian lingkungan.

5. Nilai Perusahaan

Menurut Hery (2017:5) Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu mulai dari

1) Penulis adalah Dosen STIE Nusa Megarkencana Yogyakarta 2)Penulis adalah Dosen Universitas Gunadarma Jakarta 3) Penulis adalah Dosen STIE Nusa Megarkencana Yogyakarta

perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini, Nilai perusahaan merupakan persepsi investor pada tingkat keberhasilan suatu perusahaan yang dikaitkan dengan harga saham (Rudangga dan Sudiarta, 2016).

Tujuan normatif suatu perusahaan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan atau kekayaan bagi pemegang saham. karena memaksimalkan nilai perusahaan berarti memaksimalkan nilai sekarang dari semua keuntungan yang akan diterima akan datang atau berorientasi jangka panjang, memaksimalkan nilai perusahaan lebih menekankan pada arus kas daripada sekedar laba menurut pengertian akuntansi dan mem aksimalkan nilai perusahaan juga tidak mengabaikan tanggung jawab sosial (Sudana, 2015:9).

Pada penelitian ini menggunakan Tobin's Q karena pengukuran kinerja setidaknya mampu memberikan gambaran mengenai aspek fundamental perusahaan dan pandangan pasar terhadap perusahaan (sejauh mana pihak luar termasuk investor memberi penilaian terhadap perusahaan) dan dapat mencerminkan nilai aset perusahaan.

6. *Corporate Social Responsibility*

Menurut Elvinaro dan Dindin (2011:35) *Corporate Social Responsibility* secara umum merupakan kontribusi menyeluruh dari dunia usaha terhadap pembangunan berkelanjutan dengan mempertimbangkan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan dari kegiatannya.

Standar pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang ditetapkan oleh Indonesia mengacu pada standar yang ditetapkan oleh Global Reporting Initiative (GRI). Standar GRI dipilih karena lebih berfokus pada pengungkapan berbagai standar kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan perusahaan dan bertujuan untuk meningkatkan kualitas, ketelitian, dan pemanfaatan sustainability reporting, Tiberius (2021).

H1: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

7. *Profitabilitas*

Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari *keuntungan*. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Penggunaan rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara berbagai komponen yang ada dilaporan keuangan, terutama laporan keuangan neraca dan laporan laba rugi (Kasmir, 2015:196).

Menurut Sudana (2015:25) profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki perusahaan, seperti aktiva, modal atau penjualan perusahaan.

Terdapat beberapa cara untuk mengukur besar kecilnya profitabilitas, salah satunya adalah *Return on Asset (ROA)*, ROA menunjukkan kemampuan perusahaan dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba setelah pajak. Penelitian ini menggunakan ROA sebagai alat ukur karena ROA menggambarkan seberapa besar pengelolaan atau penggunaan aset sebuah perusahaan untuk menghasilkan laba, dengan melihat seberapa besar laba bersih setelah pajak yang dihasilkan maka pihak manajemen dapat memilih apakah laba tersebut akan dibagikan sebagai dividen atau tidak.

H2: *Profitabilitas* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

8. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan besarnya asset yang dimiliki oleh sebuah perusahaan. Menurut Brigham & Houston (2013:4) Ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya sebuah perusahaan yang ditunjukkan atau dinilai oleh total asset, total penjualan, jumlah laba dan lain-lain.

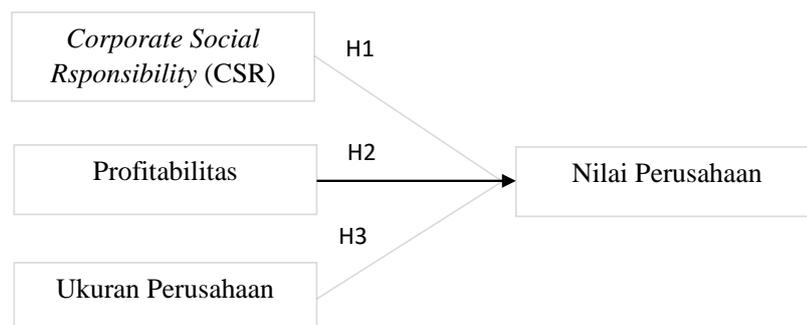
Ukuran perusahaan dapat diukur dengan menggunakan logaritma natural (Ln) dari rata-rata total aktiva (total asset) perusahaan. Penggunaan total aktiva berdasarkan pertimbangan bahwa total aktiva mencerminkan ukuran perusahaan dan diduga mempengaruhi ketepatan waktu (Harahap, 2010:23).

H3: Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

9. Kerangka Pikir

Berdasarkan pemikiran teori dan penelitian terdahulu mengenai hubungan antara variabel independen (*Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan) dengan variabel dependen (Nilai Perusahaan) diatas, maka dapat dibuat kerangka pemikiran seperti tampak pada gambar berikut ini:

Gambar 1 Kerangka Pemikiran Teoritis



C. METODE PENELITIAN

1. Objek Penelitian

Adapun objek Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *annual report* perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019.

2. Populasi dan Besaran Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019 yang terdiri dari 29 perusahaan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 15 perusahaan subsektor ma kanan dan minum yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Untuk penentuan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*, Adapun kriteria pengambilan sampel adalah sebagai berikut :

1) Penulis adalah Dosen STIE Nusa Megarkencana Yogyakarta 2)Penulis adalah Dosen Universitas Gunadarma Jakarta 3) Penulis adalah Dosen STIE Nusa Megarkencana Yogyakarta

1. Terdaftar berturut-turut di Bursa Efek Indonesia 2017-2019.
2. Perusahaan melakukan pengungkapan tanggung jawab social perusahaan.
3. Perusahaan mengalami laba selama tahun 2017-2019
4. Perusahaan memiliki data yang lengkap dengan variabel-variabel yang digunakan.

3. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini, meliputi data kuantitatif merupakan data yang disajikan dalam bentuk angka-angka. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan di bidang subsector makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek indonesia.

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini metode yang dilakukan adalah metode dokumentasi, yaitu suatu cara mengumpulkan data menganalisa dokumen-dokumen berupa laporan keuangan. Dan metode studi Pustaka, yaitu metode pengumpulan data yang bersifat teoritis mengenai permasalahan yang berkaitan dengan penelitian ini.

5. Definisi Operasional

a. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono 2015:61). Variabel terikat dalam penelitian ini ada Nilai Perusahaan. Untuk mengukur nilai perusahaan dalam penelitian ini menggunakan rasio Tobin's Q, hasil perhitungan dapat dirumuskan dengan rumus :

$$Tobin's Q = \frac{MVE + DEBT}{TA}$$

Keterangan:

MVE : Market Value of Equity/nilai pasar ekuitas saham
 DEBT : Kewajiban Total
 TA : Total Aktiva

b. Variabel Independen (X)

Menurut Sugiyono (2015:61) Variabel independen atau yang sering disebut dengan variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan.

1) *Corporate Social Responsibility*

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR menggunakan checklist yang mengacu berdasarkan Global Reporting Initiative (GRI) G.4. untuk setiap item pengungkapan akan diberi skor 1 jika diungkapkan dan skor 0 jika tidak diungkapkan.

Hasil pengungkapan item yang diperoleh dari setiap perusahaan dihitung indeksnya dengan proksi CSRI. Adapun rumus untuk menghitung CSRI sebagai berikut :

$$CSRI = \frac{\sum xy_i}{n_i}$$

CSRI = Indeks luas pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan i
 $\sum xy_i$ = Nilai 1 = jika item y diungkapkan :
 Nilai 0 = jika item y tidak diungkapkan
 n_i = Jumlah item untuk perusahaan, $n_i \leq 91$

2) Profitabilitas

Variabel ini diukur dengan menggunakan rasio *Return On Asset* (ROA). Rumus untuk menghitung ROA adalah :

$$\text{Return On Asset (ROA)} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

3) Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan dapat diukur dengan menggunakan log total asset perusahaan

$$\text{Size} = \text{Ln Total Aset}$$

Keterangan:

Size = Ukuran Perusahaan

Ln = Log natural

6. Teknik Analisis

Teknik analisis data menggunakan uji statistic deskriptif, asumsi klasik (uji normalitas, heteroskedastisitas, autokorelasi, dan multikolinearitas), uji hipotesis (uji koefisien determinasi, uji t, dan uji f). Model regresi linear berganda antara lain:

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

Y = Variabel Nilai Perusahaan
 α = Konstanta
 $\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_8$ = Koefisien Regresi
 X_1 = CSR
 X_2 = Profitabilitas
 X_3 = Ukuran Perusahaan
 E = Error term

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
TOBIN'S Q	45	,73	12,26	2,9649	2,78124
CSR	45	,05	,31	,1680	,06458
ROA	45	,00	,53	,1107	,10941
SIZE	45	27,18	32,20	28,8280	1,41010
Valid N (listwise)	45				

Sumber : Output SPSS 25 (2021)

Statistic deskriptif penelitian menjelaskan bahwa jumlah observasi penelitian (N) adalah 45 dan menjelaskan nilai minimum, maximum, mean, dan standar deviasi dari setiap variabel.

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Tabel 2. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		45
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,38120981
Most Extreme Differences	Absolute	,126
	Positive	,126
	Negative	-,085
Test Statistic		,126
Asymp. Sig. (2-tailed)		,073 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

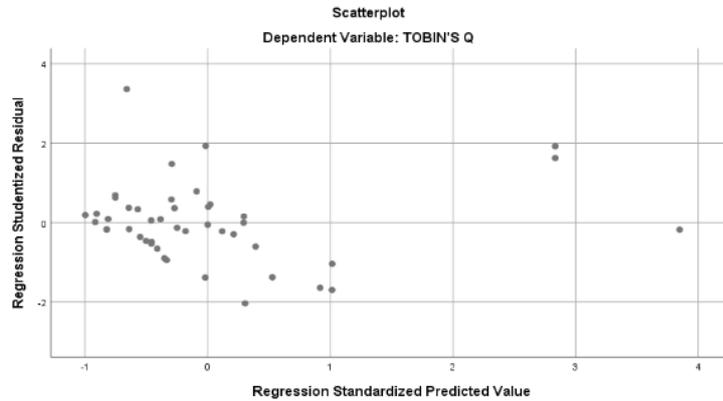
Sumber : Output SPSS 25 (2021)

Berdasarkan tabel 2, menunjukkan nilai signifikan $0,073 < 0,05$. Sesuai dengan dasar pengambilan keputusan uji normalitas uji Kolmogorov-smirnov, maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

1) Penulis adalah Dosen STIE Nusa Megarkencana Yogyakarta 2)Penulis adalah Dosen Universitas Gunadarma Jakarta 3)
Penulis adalah Dosen STIE Nusa Megarkencana Yogyakarta

b. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 3. Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Output SPSS 25 (2021)

Dari grafik scatterplot pada Tabel 3. terlihat titik-titik menyebar secara acak serta tersebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

c. Uji Autokorelasi

Tabel 4. Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,868 ^a	,753	,735	1,43085	1,412

a. Predictors: (Constant), SIZE, ROA, CSR

b. Dependent Variable: TOBIN'S Q

Sumber : Output SPSS 25 (2021)

Berdasarkan Tabel 4. nilai Durbin-Watson sebesar 1,412, yang artinya nilai tersebut berada diantara -2 dan 2 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi.

1) Penulis adalah Dosen STIE Nusa Megarkencan Yogyakarta 2)Penulis adalah Dosen Universitas Gunadarma Jakarta 3) Penulis adalah Dosen STIE Nusa Megarkencan Yogyakarta

d. Uji Multikolinearitas

Tabel 5. Uji Multikolinearitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,463	4,787		,306	,761		
	CSR	1,771	3,889	,041	,455	,651	,737	1,356
	ROA	22,198	1,999	,873	11,102	,000	,972	1,028
	SIZE	-,043	,176	-,022	-,246	,807	,752	1,330

a. Dependent Variable: TOBIN'S Q

Sumber : Output SPSS 25 (2021)

Berdasarkan pada Tabel 5, hasil uji multikolinearitas bahwa nilai *Tolerance* > 0.10 dan nilai VIF < dari 10, hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil analisis regresi linier berganda yang berasal dari Tabel 5. yaitu:

Konstanta sebesar 1,463 menunjukkan bahwa factor CSR, profitabilitas dan ukuran perusahaan konstan maka nilai perusahaan akan terjadi kenaikan sebesar 1,463.

$$\text{Nilai Perusahaan} = 1,463 + 1,771\text{CSR} + 22,198\text{ROA} - 0,043 \text{ SIZE} + e$$

Koefisien regresi CSR sebesar 1,771 menunjukkan bahwa setiap ada kenaikan CSR sebesar 1% maka nilai perusahaan akan naik sebesar 1,771.

Koefisien regresi profitabilitas sebesar 22,198 menunjukkan bahwa setiap ada kenaikan ROA sebesar 1% maka nilai perusahaan akan naik sebesar 22,198.

Koefisien regresi ukuran perusahaan sebesar -0,043 menunjukkan bahwa setiap ada kenaikan SIZE sebesar 1% maka nilai perusahaan akan berkurang sebesar 1,771.

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis pada penelitian ini dilakukan dengan 3 pengujian yaitu uji F, uji koefisien determinasi, uji T.

Tabel 6. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	256,413	3	85,471	41,748	,000 ^b
	Residual	83,941	41	2,047		
	Total	340,354	44			

a. Dependent Variable: TOBIN'S Q

b. Predictors: (Constant), SIZE, ROA, CSR

Sumber : Output SPSS 25 (2021)

1) Penulis adalah Dosen STIE Nusa Megarkencana Yogyakarta 2)Penulis adalah Dosen Universitas Gunadarma Jakarta 3) Penulis adalah Dosen STIE Nusa Megarkencana Yogyakarta

Dari hasil yang dijelaskan pada Tabel 7, besarnya signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05, sehingga CSR, profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh secara bersama sama terhadap nilai perusahaan.

4. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 7. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,868 ^a	,753	,735	1,43085

a. Predictors: (Constant), SIZE, ROA, CSR

b. Dependent Variable: TOBIN'S Q

Sumber : Output SPSS 25 (2021)

Besarnya R Square adalah 0,753 atau 75,3%, yang artinya besarnya variabel X mempengaruhi variabel Y sebesar 75,3%. Sedangkan sisanya $100\% - 75,3\% = 24,7\%$ dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam penelitian.

5. Uji t (Uji Parsial)

Berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan dan dijelaskan pada Tabel 5, hasil penelitian ini yaitu:

a. Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan

Dengan diperolehnya nilai t hitung 0,455 dan nilai sig. 0,651 > 0,05. Hal ini dapat dikatakan bahwa hipotesis pertama antara CSR terhadap Nilai Perusahaan bertolak belakang dengan hipotesis yang dibangun penulis. Hal ini disebabkan karena rendahnya pengungkapan CSR dan menunjukkan bahwa perusahaan tidak melakukan pengkomunikasian CSR secara tepat, sehingga belum dianggap sebagai suatu yang perlu dipertimbangkan oleh pihak-pihak yang berkepentingan. Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Yahdiyani dan Suryono (2017) dan Pristianingrum (2017) Namun, penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tatik dan Grasella (2019) yang mengatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

b. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Dengan diperolehnya nilai t hitung sebesar 11,102 dan nilai signifikansi 0,00 < 0,05. Hal ini dapat dikatakan bahwa hipotesis kedua yaitu terdapat antara Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan sejalan dengan hipotesis yang dibangun penulis. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik kinerja keuangan perusahaan semakin tinggi nilai perusahaan. Hasil penelitian ini memperkuat teori sinyal dimana sinyal positif yang diberikan perusahaan akan ditangkap oleh pasar dan akan dipersepsikan dengan baik sehingga dapat disimpulkan bahwa perusahaan mempunyai profitabilitas tinggi dan positif terhadap nilai perusahaan. Hasil uji signifikan ini sesuai dengan hasil penelitian Rizky, Suhadak, dan Nila (2016) dan Akhmad, et al., (2020). Namun, penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Grandy et.al yang menyatakan bahwa profitabilitas (ROA) tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

1) Penulis adalah Dosen STIE Nusa Megarkencana Yogyakarta 2)Penulis adalah Dosen Universitas Gunadarma Jakarta 3) Penulis adalah Dosen STIE Nusa Megarkencana Yogyakarta

c. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Dengan diperolehnya nilai t hitung sebesar -0,246 dan nilai signifikansi $0,807 > 0,05$. Hal ini dapat dikatakan bahwa hipotesis ketiga antara Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan bertolak belakang dengan hipotesis yang dibangun penulis. Hal ini menjelaskan bahwa investor tidak mempertimbangkan ukuran perusahaan pada saat membeli saham dan investor yang menganggap bahwa perusahaan dengan total asset yang lebih besar sering menetapkan laba ditahan lebih tinggi daripada dividen yang dibagikan kepada pemegang saham. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hery, Seger, dan Tatik (2019) dan Setiadharna dan Machali (2017). Tetapi, penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Prasetyotini (2013) dimana Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. CSR tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan yang diukur dengan rasio Tobin's q pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019.
2. Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan yang diukur dengan ROA pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019.
3. Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan yang diukur dengan Size pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019.

Berdasarkan kesimpulan diatas, saran yang diberikan antara lain:

1. Pihak perusahaan dapat meningkatkan kualitas CSR yang diterapkan. Peningkatan kualitas CSR dapat dilakukan dengan menambah program CSR perusahaan untuk masyarakat dan lingkungan sekitar.
2. Menggunakan sampel yang lebih banyak, dimana dapat memperpanjang periode penelitian ataupun dapat memperluas objek penelitian
3. Menambah variabel independent selain CSR, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan.
4. Profitabilitas yang diukur sebagai variabel bebas dalam penelitian ini hanya menggunakan ROA, sehingga diharapkan penelitian yang akan datang dapat mengukur profitabilitas dengan rasio lain seperti ROE, NPM dan GPM.

F. REFERENSI

- Adhitya, R., Nila, S., & Nuzula, F. (2016). "Pengaruh Pengungkapan CSR dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di BEI)". *Jurnal Administrasi Bisnis*, 31 (1).
- Ardianto, E., & Machfudz, D. M. (2011). *Efek Kedermawanan Pebisnis dan CSR*. Jakarta: Elex Media Computindo.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2013). *Dasar - Dasar Manajemen KEuangan. Edisi Kesebelas*. Jakarta: Salemba Empat.

- Darmawan, A., Putragita, Y., Purnadi, & Aryoko, Y. P. (2020). "Pengaruh Profitabilitas dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Moderasi dan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Kontrol". *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 5 (1), 83-92.
- Dewantari, N. S., Cipta, W., & Susila, G. A. (2019). "Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage serta Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Food and Beverage di BEI". *Jurnal Manajemen*, 5 (2), 68-75.
- Fahmi, I. (2014). *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hadi, N. (2018). *Corporate Social Responsibility, Edisi 2*. Yogyakarta: Expert.
- Harahap, S. S. (2010). *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Hery. (2018). *Kajian Riset Akuntansi*. Jakarta: Grasindo.
- Joenathan, T. (2021). "Pengaruh Intensitas Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Profitabilitas serta Inteaksinya Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018". *Skripsi Universitas Gunadarma*.
- Adhitya, R., Nila, S., & Nuzula, F. (2016). "Pengaruh Pengungkapan CSR dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di BEI)". *Jurnal Administrasi Bisnis*, 31 (1).
- Ardianto, E., & Machfudz, D. M. (2011). *Efek Kedermawanan Pebisnis dan CSR*. Jakarta: Elex Media Computindo.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2013). *Dasar - Dasar Manajemen KEuangan. Edisi Kesebelas*. Jakarta: Salemba Empat.
- Darmawan, A., Putragita, Y., Purnadi, & Aryoko, Y. P. (2020). "Pengaruh Profitabilitas dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Moderasi dan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Kontrol". *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 5 (1), 83-92.
- Dewantari, N. S., Cipta, W., & Susila, G. A. (2019). "Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage serta Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Food and Beverage di BEI". *Jurnal Manajemen*, 5 (2), 68-75.
- Fahmi, I. (2014). *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hadi, N. (2018). *Corporate Social Responsibility, Edisi 2*. Yogyakarta: Expert.
- Harahap, S. S. (2010). *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Hery. (2018). *Kajian Riset Akuntansi*. Jakarta: Grasindo.
- Joenathan, T. (2021). "Pengaruh Intensitas Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Profitabilitas serta Inteaksinya Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018". *Skripsi Universitas Gunadarma*.
- Kasmir. (2015). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali.
- Koeshardjono, R. H., Priantono, S., & Amani, T. (2019). "Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kepemilikan Manajerial dan Komisaris Independen Sebagai Variabel Moderating". *Jurnal Ilmiah Akuntansi Indonesia*, 4 (2).
- Nopriyanto. (2017). "Pengaruh Good Corporate Governance dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel

- Moderating pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015. *Skripsi Universitas Sriwijaya*.
- Prasetyorini, B. F. (2013). "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price Earning Ratio dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan". *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1 (1).
- Pristianingrum, N. (2017). "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia". *Prosiding Seminar Nasional dan Call For Paper Ekonomi dan Bisnis*, hal. 353-364.
- Rudangga, I. N., & Sudiarta, G. M. (2016). "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan". *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5 (7), 4394-4422.
- S, S., & M, M. (2017). "The Effect of Asset Structure and Firm Size on Firm Value with Capital Structure as Intervening Variabel". *Journal of Business & Financial Affairs*, 6 (4), 4-8.
- Sudana, I. (2015). *Manajemen Keuangan Perusahaan. Edisi 2*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Tarima, G., Parengkuan, T., & Untu, V. (2016). "Pengaruh Profitabilitas, Keputusan Investasi dan Keputusan Pendanaan terhadap Nilai Perusahaan Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2014". *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(4).
- Titipratiwi, H. (2019). "Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus: Perusahaan Barang Konsumsi Subsektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2013-2017)". *Skripsi Universitas Gunadarma*.
- Wahyudi, H. D., Chuzaimah, & Sugiarti, D. (2016). "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Kebijakan Dividen, dan Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan (Studi Penggunaan Indeks Lq-45 Periode 2010-2014)". *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1 (2), 156-164.
- Yahdiyani, A., & Suryono, B. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, Kebijakan Dividen, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 6 (7), 1-18.
- Zulaika, T., & Sihombing, G. (2019). "Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan: (Studi Empiris Pada Indeks SRI-KEHATI yang Terdaftar di BEI)". *Jurnal Akuntansi dan Governance*, 2 (2), 135-165.