



**PENGARUH PROFITABILITAS, *LEVERAGE* DAN CSR
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN
MANUFAKTUR SUB SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN
YANG TERDAFTAR DI BEI**

THE INFLUENCE OF PROFITABILITY, LEVERAGE AND CSR ON
COMPANY VALUES IN FOOD AND BEVERAGE SUB SECTOR
MANUFACTURING COMPANIES LISTED ON BEI

SKRIPSI

Oleh:

Ryan Prawidya Putra
NIM 150810201227

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JEMBER**

2019



**PENGARUH PROFITABILITAS, *LEVERAGE* DAN CSR
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN
MANUFAKTUR SUB SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN
YANG TERDAFTAR DI BEI**

THE INFLUENCE OF PROFITABILITY, LEVERAGE AND CSR ON
COMPANY VALUES IN FOOD AND BEVERAGE SUB SECTOR
MANUFACTURING COMPANIES LISTED ON BEI

SKRIPSI

diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember

Oleh:

Ryan Prawidya Putra
NIM 150810201227

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JEMBER**

2019

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER - FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

SURAT PERNYATAAN

Nama : Ryan Prawidya Putra
NIM : 150810201227
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Keuangan
Judul : PENGARUH PROFITABILITAS, *LEVERAGE* DAN CSR
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN
MANUFAKTUR SUB SEKTOR MAKANAN DAN
MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BEI

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali apabila dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya paksaan dan tekanan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan yang saya buat ini tidak benar.

Jember, 21 Oktober 2019

Yang menyatakan

Materai
Rp. 6.000

Ryan Prawidya Putra
NIM. 150810201227

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : PENGARUH PROFITABILITAS, *LEVERAGE* DAN
CSR TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA
PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUB SEKTOR
MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR
DI BEI

Nama Mahasiswa : Ryan Prawidya Putra
NIM : 150810201227
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Keuangan
Disetujui Tanggal : 21 Oktober 2019

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing 2

Dr. Elok Sri Utami, M.Si.
NIP. 19641228 199002 2 001

Drs. Marmono Singgih, M.Si.
NIP. 19660904 199002 1 001

Mengetahui,

Koordinator Program Studi S1 Manajemen

Hadi Paramu, S.E., M.B.A., Ph.D.
NIP. 19690120 199303 1 002

JUDUL SKRIPSI

PENGARUH PROFITABILITAS, *LEVERAGE* DAN CSR TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUB SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BEI

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama Mahasiswa : Ryan Prawidya Putra

NIM : 150810201227

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Keuangan

telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal

21 November 2019

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua : Dr. Hari Sukarno, M.M. : (.....)

NIP. 196105301988021001

Sekretaris : Dr. Nurhayati, M.M. : (.....)

NIP. 196106071987022001

Anggota : Mochammad Farid Afandi, S.E., M.Si. : (.....)

NIP. 197912272008121002



Foto
4 x 6 cm

Mengetahui/Menyetujui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Jember

Dr. Muhammad Miqdad, S.E., M.M., Ak., C.A.

NIP. 19710727 199512 1 001

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan nikmat serta hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini saya persembahkan sebagai bentuk tanggung jawab dan ungkapan terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua saya, Yayok Suprianto dan Joeliati Dwi Asmarani Widiastuti, Mbahti dan Te Wati yang selalu mendukung dan mendoakan kelancaran penyusunan skripsi ini;
2. Kakakku tersayang Rezky Intan Rahmangingtyas, S.KM. yang selalu memberikan semangat dan motivasi;
3. Sahabat-sahabat dan teman saya;
4. Almamater Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

MOTTO

“...Allah akan mengangkat (derajat) orang-orang yang beriman diantaramu dan orang-orang diberi ilmu beberapa derajat...”

(QS. Al-Mujaadalah Ayat 11) **)

"Keberhasilan bukanlah milik orang yang pintar, keberhasilan adalah kepunyaan mereka yang senantiasa berusaha."

(B.J. Habibie)

"Hanya karena sesuatu tidak sesuai dengan rencanamu bukan berarti itu sia sia."

(Thomas Alva Edison)

“Sesungguhnya beserta kesulitan itu ada kemudahan.”

(Q.S. Al Insyirah: 6)

RINGKASAN

Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di BEI; Ryan Prawidya Putra; 150810201227; 2019; 71 halaman; Jurusan Manajemen; Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh antara profitabilitas, *leverage*, dan *Coorporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI. Adapun tujuan tersebut dibuat dengan latar belakang bahwa nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan prestasi kinerja yang baik sehingga menjadi keinginan para pemiliknya. Semakin tinggi nilai perusahaan, maka semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh pemilik perusahaan (Wiagustini, 2013). Nilai perusahaan yang tinggi menggambarkan bahwa kinerja perusahaan dalam keadaan baik sehingga dapat meyakinkan investor akan baiknya prospek perusahaan di masa mendatang. Perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dipilih sebagai objek penelitian dikarenakan perusahaan sub sektor makanan dan minuman memberikan peluang investasi dan sumber pembiayaan dalam mendukung pembangunan ekonomi.

Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling yaitu penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan data sekunder atau laporan keuangan sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 70. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan *SPSS 16.0 for Windows*. Variabel bebas dalam penelitian adalah profitabilitas, *leverage*, dan CSR, dan variabel terikat adalah nilai perusahaan.

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan atau laba untuk menilai suatu perusahaan menghasilkan laba dalam periode tertentu. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Karena laba yang diperoleh perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman tidak stabil dalam tahun ketahun dan cenderung fluktuatif. Menurut Kasmir (2016) *leverage* merupakan rasio yang digunakan mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan untuk mengukur aktiva perusahaan yang dibiayai oleh hutang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya *leverage* tidak mempengaruhi tinggi rendahnya nilai perusahaan. *Trade off* theory menyatakan bahwa penggunaan hutang akan meningkatkan nilai perusahaan tetapi hanya sampai titik tertentu, setelah melewati titik tersebut penggunaan hutang justru menurunkan nilai perusahaan karena kenaikan dari penggunaan hutang tidak sebanding dengan kenaikan biaya. CSR adalah dukungan manajemen terhadap kewajiban untuk mempertimbangkan laba, kepuasan pelanggan dan kesejahteraan masyarakat secara setara dalam mengevaluasi kinerja perusahaan (Harmoni dan Andriyani : 2008). Hasil penelitian menyebutkan bahwa CSR memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai

perusahaan. Jika CSR berjalan dengan baik di suatu perusahaan maka tentunya perusahaan tersebut di pandang baik oleh masyarakat dan investor, sehingga nilai perusahaan tersebut akan meningkat.



SUMMARY

The influence of profitability, leverage and Corporate Social Responsibility on company values in food and beverage sub sector manufacturing companies listed on BEI.; Ryan Prawidya Putra; 150810201227; 2019; 71 pages; *Department of Management; Faculty of Economics and Business, University of Jember.*

The purpose are against the background that high company value shows good performance so that it becomes the desire of the owners. The higher the value of the company, the greater the prosperity to be received by the owner of the company (Wiagustini, 2013). High company value illustrates that the company's performance is in good condition so as to convince investors of the company's good prospects in the future. Food and beverage sub-sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange were chosen as research objects because the food and beverage sub-sector companies provide investment opportunities and sources of financing in supporting economic development

This study used a purposive sampling method, which is a study that takes a sample from a population and used secondary data or financial reports as a primary data collection tool. The number of samples in this study was 70. The method of data analysis used multiple linear regression analysis using SPSS 16.0 for Windows. The independent variables in this study are profitability, leverage, and CSR, and the dependent variable is the value of the company.

Profitability is the ability of a company to make a profit to assess a company's profit in a certain period. The results of this study indicate that profitability is not a significant positive effect on firm value. Because the profits obtained by manufacturing companies in the food and beverage sub-sector are not stable over the years and tend to be volatile. According to Kasmir (2016) leverage is the ratio used regarding the capital structure of the company to measure the company's assets financed by debt. The results of this study indicate that leverage does not have a significant negative effect on firm value. This means that leverage does not affect the high or low value of the company. Trade off theory states that the use of debt will increase the value of the company but only to a certain point, after passing through that point the use of debt actually decreases the value of the company because the increase from the use of debt is not proportional to the increase in costs. CSR is the management's support for the obligation to consider earnings, customer satisfaction and the welfare of the community equally in evaluating company performance (Harmoni and Andriyani: 2008). The results of the study mentioned that CSR has a significant positive effect on firm value. If CSR goes well in a company then surely the company is viewed both by the public and investors, so the value of the company will increase

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “PENGARUH PROFITABILITAS, *LEVERAGE* DAN CSR TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUB SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BEI” dengan baik. Skripsi ini disusun dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Strata Satu (S1) Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Penulis menyadari bahwa karya tulis ini tidak mungkin terselesaikan tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna serta masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua saya, Yayok Suprianto dan Joeliati Dwi Asmarani Widiastuti, Rezky Intan Rahmaingtyas, S.KM., Mbahti, Tante Wati. yang selalu mendukung dan mendoakan kelancaran penyusunan skripsi ini.
2. Dr. Muhammad Miqdad, S.E., M.M., Ak., C.A., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
3. Dr. Novi Puspitasari, S.E., M.M., selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
4. Hadi Paramu, S.E., M.B.A, Ph.D., selaku Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
5. Dr. Elok Sri Utami, M.Si., selaku Dosen Pembimbing I dan Drs. Marmono Singgih, M.Si., selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, kritik, saran dengan penuh kesabaran sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
6. Dr. Hari Sukarno, M.M., Dr. Nurhayati, M.M., Mochammad Farid Afandi, S.E., M.Si., selaku Tim penguji yang telah meluangkan waktunya untuk menguji kesempurnaan skripsi ini.

7. N. Ari Subagio, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang membantu saya selama proses studi ini dan seluruh dosen serta staff karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember serta perpustakaan fakultas dan pusat.
8. Almamater Universitas Jember yang saya banggakan.
9. Titin Dwimala, S.Kep yang selalu mendukung dan memberi semangat.
10. Saudara saya Aurelia yang selalu menghibur.
11. Teman-teman terdekat saya, M. Iqbal, Septian Wibisono, Bintang Razio A, Ababil K W.
12. Teman-teman kontrakan Cluster Menteng, Wahyu, Novanio, Febra, Rizky, Hugo, Bima, Fajar.
13. Teman-teman KKN Tamansari-Bondowoso periode II 2018, Rizal, Kathong, Enggal, Cut, Dewi, Anita, Veni, Taskiya dan Nanda.
14. Jurusan manajemen angkatan 2015 yang telah menempuh pendidikan bersama-sama.

Semoga Allah SWT memberikan balasan atas bantuan dari semua pihak. Penulis menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan bagi pembaca.

Jember, 21 November 2019

Penulis

Ryan Prawidya Putra
NIM. 150810201027

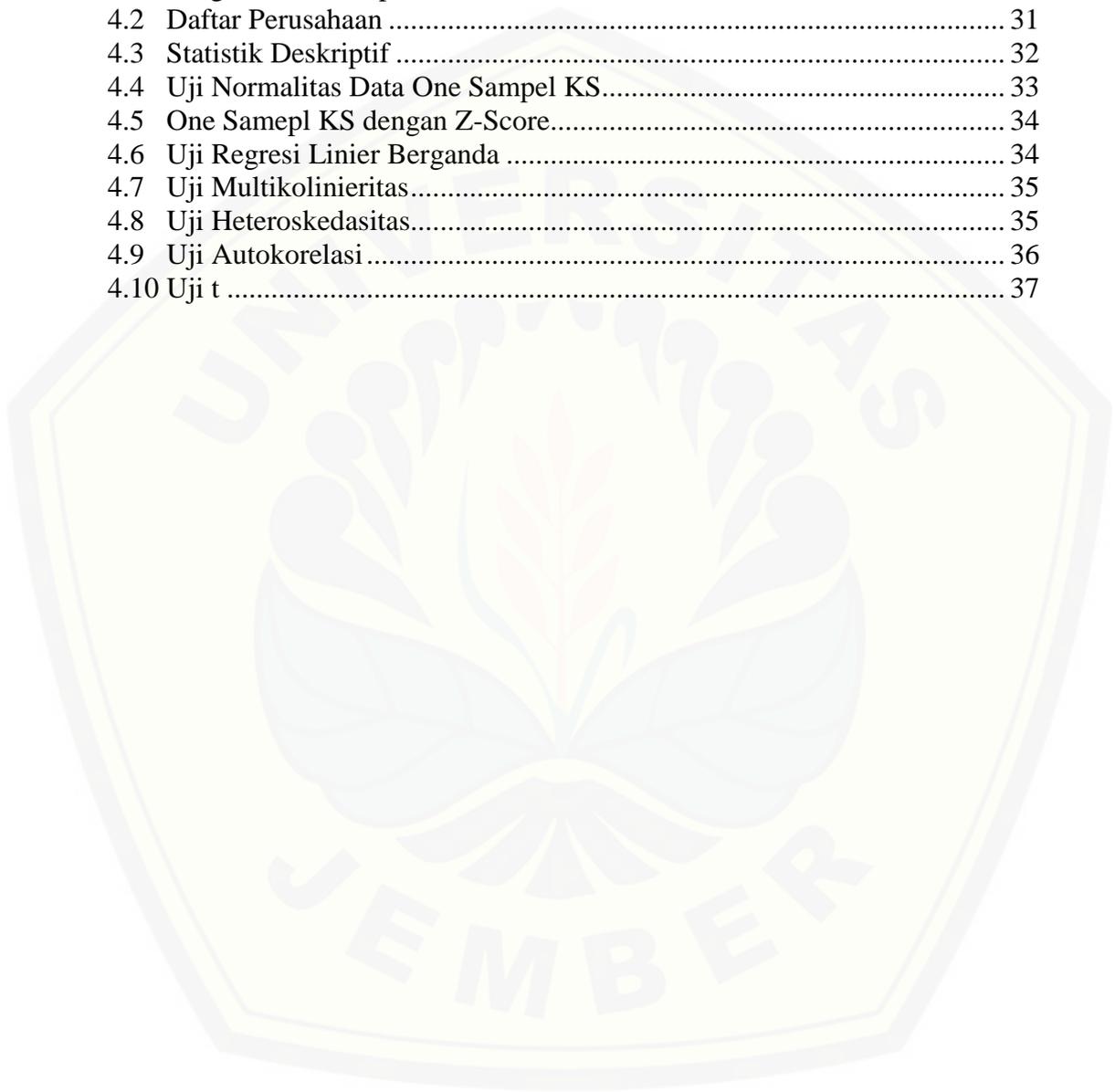
DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
RINGKASAN	viii
SUMMARY	x
PRAKATA	xi
DAFTAR ISI	xiii
DARTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Kajian Teori	6
2.1.1 Konsep Nilai Perusahaan	6
2.1.2 Konsep Profitabilitas	8
2.1.3 Konsep <i>Leverage</i>	9
2.1.4 Konsep <i>Corporate Sosial Responsibility (CSR)</i>	10
2.2 Penelitian Terdahulu	12
2.3 Kerangka Konseptual Penelitian.....	17
2.4 Pengembangan Hipotesis	17
BAB 3. METODE PENELITIAN	20
3.1 Rancangan Penelitian.....	20
3.2 Populasi dan Sampel.....	20
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	21
3.4 Identifikasi Variabel	21
3.5 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel.....	21
3.6 Metode Analisis Data	22
3.6.1 Menentukan Nilai Variabel	22
3.6.2 Statistik Deskriptif.....	22
3.6.3 Uji Normalitas Data.....	22
3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	23
3.6.5 Uji Asumsi Klasik	24
3.6.6 Uji Hipotesis	26
3.7 Kerangka Pemecahan Masalah	28

BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	30
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	30
4.2 Hasil Analisis Data	32
4.2.1 Deskriptif Statistik Variabel	32
4.2.2 Uji Normalitas Data	33
4.2.3 Uji Analisis Regresi Linier Berganda	34
4.2.4 Uji Asumsi Klasik.....	35
4.2.5 Uji Hipotesis	36
4.3 Pembahasan Atas Hasil Penelitian.....	38
4.3.1 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.....	38
4.3.2 Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap Nilai Perusahaan	38
4.3.3 Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan.....	39
4.4 Keterbatasan Penelitian	39
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	41
5.1 Kesimpulan	41
5.2 Saran	41
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN	50

DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian Terdahulu	12
3.1 Definisi Operasi dan Pengukuran Variabel.....	21
4.1 Pengambilan Sampel.....	30
4.2 Daftar Perusahaan	31
4.3 Statistik Deskriptif	32
4.4 Uji Normalitas Data One Sampel KS.....	33
4.5 One Samepl KS dengan Z-Score.....	34
4.6 Uji Regresi Linier Berganda	34
4.7 Uji Multikolinieritas.....	35
4.8 Uji Heteroskedasitas.....	35
4.9 Uji Autokorelasi	36
4.10 Uji t	37



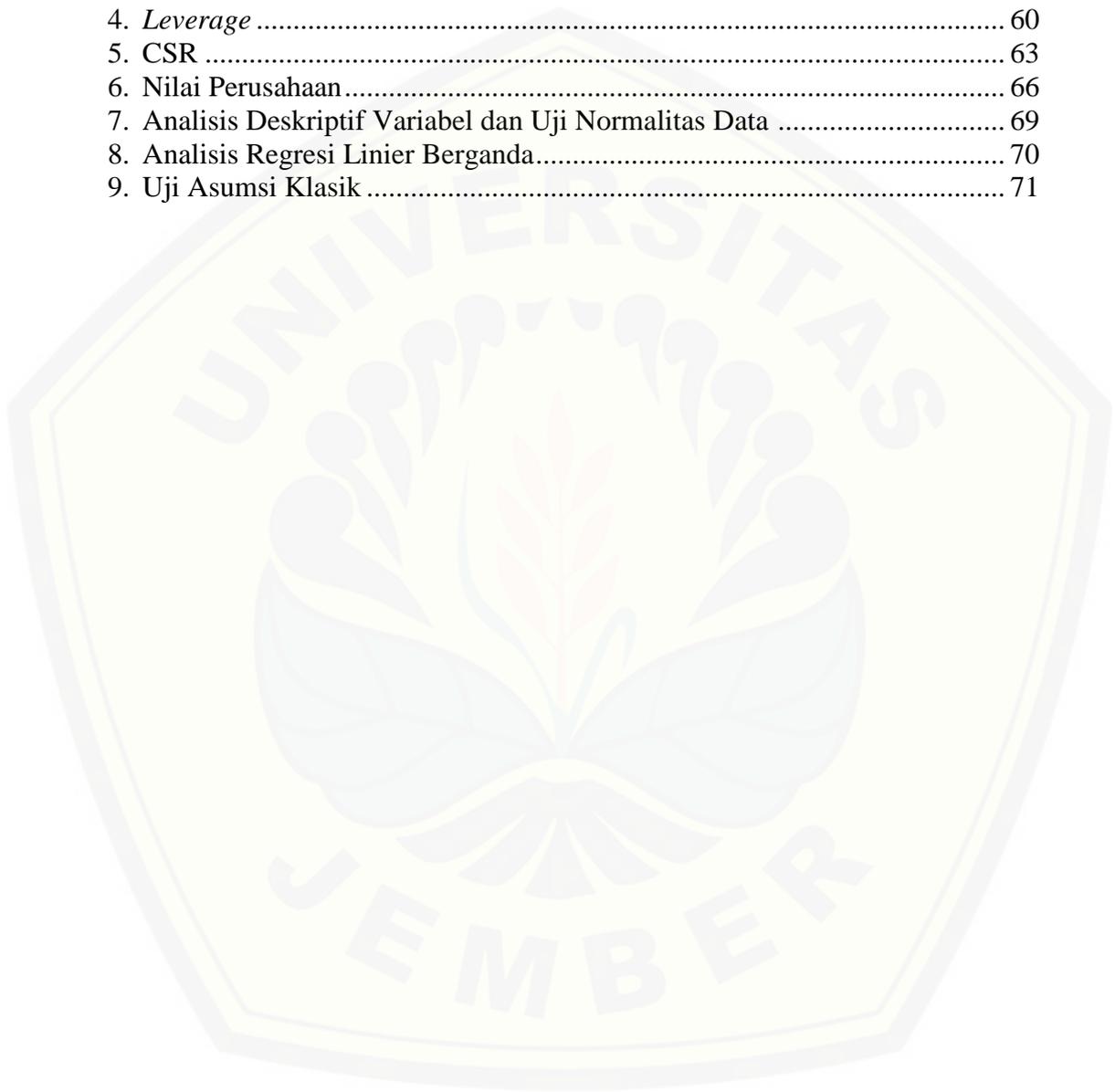
DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Konseptual	17
3.1 Kerangka Pemecahan Masalah	28



DAFTAR LAMPIRAN

1. Indikator Pengungkapan CSR berdasarkan GRI G3	50
2. Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman Tahun 2013 - 2017	56
3. Profitabilitas	57
4. <i>Leverage</i>	60
5. CSR	63
6. Nilai Perusahaan.....	66
7. Analisis Deskriptif Variabel dan Uji Normalitas Data	69
8. Analisis Regresi Linier Berganda.....	70
9. Uji Asumsi Klasik	71



BAB 1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi yang sangat maju serta pertumbuhan pendapatan masyarakat mendorong orang untuk melakukan investasi. Beberapa alternatif untuk berinvestasi antara lain pada sektor riil yaitu emas, tanah dan lain sebagainya. Selain itu investasi juga bisa dilakukan di pasar modal. Pasar modal adalah sebuah pasar dimana tempat jual beli surat berharga seperti obligasi, saham, ekuitas untuk jangka panjang yang mempertemukan pihak yang memiliki dana atau investor dengan pihak penjual atau perusahaan (Marlina dan Danica, 2009). Investor melakukan investasi di pasar modal untuk mendapatkan hak milik suatu perusahaan serta deviden yang dibagikan (Astiari, 2014). Investor yang memiliki kelebihan dana dapat menginvestasikan dana di pasar modal dengan harapan memperoleh imbalan (*return*) sedangkan pihak *issuer* memanfaatkan dana untuk kepentingan investasi tanpa harus menunggu dana dari operasi perusahaan (Marpaung Elyzabet, 2010). Salah satu pasar modal yang ada di Indonesia adalah Bursa Efek Indonesia (BEI).

Perusahaan memiliki tujuan jangka panjang untuk memaksimalkan nilai perusahaan dengan meningkatkan kemakmuran pemilik atau pemegang saham. Nilai perusahaan merupakan suatu keadaan tertentu yang telah dicapai perusahaan yang menggambarkan persepsi investor terhadap kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan melalui proses pelaksanaan fungsi manajemen dari semenjak perusahaan didirikan hingga saat ini. Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan prestasi kinerja yang baik sehingga menjadi keinginan para pemiliknya. Semakin tinggi nilai perusahaan, maka semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh pemilik perusahaan (Wiagustini, 2013).

Nilai perusahaan adalah harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual yang dikaitkan dengan harga saham (Kusumajaya, 2011). Semakin tinggi harga saham suatu perusahaan di pasar modal menunjukkan bahwa semakin tinggi kekayaan pemilik perusahaan yang tercermin dari semakin tingginya nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi

menggambarkan bahwa kinerja perusahaan dalam keadaan baik sehingga dapat meyakinkan investor akan baiknya prospek perusahaan di masa mendatang.

Nilai perusahaan dalam pengungkapannya sebenarnya dipengaruhi beberapa faktor yaitu profitabilitas, *leverage* dan CSR. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan atau laba untuk menilai suatu perusahaan menghasilkan laba dalam periode tertentu. Besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan oleh suatu perusahaan juga akan memengaruhi nilai perusahaan menurut Dewi (2013). Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Ayu dan Suarjaya (2017) yang menyebutkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan. Hal ini dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi profitabilitas maka akan meningkatkan nilai perusahaan. Karena profitabilitas yang tinggi akan memberikan indikasi prospek perusahaan yang baik sehingga dapat memicu investor untuk ikut meningkatkan permintaan saham. Permintaan saham yang meningkat dapat menyebabkan nilai perusahaan yang meningkat (Mardiyati, 2012).

Faktor kedua yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah *leverage*. Menurut Kasmir (2016) *leverage* merupakan rasio yang digunakan mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan untuk mengukur aktiva perusahaan yang dibiayai oleh hutang. *Leverage* mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansialnya yang terdiri dari hutang jangka pendek dan hutang jangka panjang. Jadi jika *leverage* semakin besar menunjukkan resiko yang semakin besar. Penelitian yang dilakukan oleh Izzah (2016) mengungkapkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Pernyataan tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Darmanto (2015) bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor ketiga yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau biasa disebut tanggung jawab social. Tanggung jawab sosial (CSR) merupakan faktor lain yang harus dipertimbangkan oleh perusahaan dalam mengukur tingkat nilai perusahaan. CSR perlu diperhatikan oleh perusahaan, yang berarti bahwa perusahaan mempunyai kewajiban terhadap

masyarakat atau terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholder*). Untuk itu masyarakat perlu informasi mengenai perusahaan sudah melaksanakan tanggung jawab sosialnya sehingga masyarakat hidup tentram dan damai, kesejahteraan karyawan terpenuhi dan keamanan masyarakat. Jika masyarakat menganggap perusahaan tidak melakukan pertanggung jawaban sosial dan lingkungan sekitar berdampak negatif maka akan timbul keresahan masyarakat, sehingga CSR merupakan hal penting yang harus diperhatikan perusahaan agar meningkatkan citra perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Saridewi *et al* (2016) menyebutkan bahwa CSR memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil pernyataan tersebut sejalan dengan penelitian berikutnya yang dilakukan oleh Ayu dan Suarjaya (2017) yang mengungkapkan bahwa CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dipilih sebagai objek penelitian dikarenakan perusahaan sub sektor makanan dan minuman memberikan peluang investasi dalam mendukung pembangunan ekonomi. Sektor makanan dan minuman memiliki kontribusi sebesar 7,54%, industri kimia sebesar 2,9%, barang logam, komputer dan mesin sebesar 2,08% dan pakain jadi sebesar 1,13% (Kompas.com, 2015). Perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman merupakan penopang perekonomian nasional ditengah perekonomian dunia karena sektor ini memberikan kontribusi yang cukup signifikan pada pertumbuhan pereknomian Indonesia (www.bpg.go.id).

Industri sub sektor makanan dan minuman merupakan industri yang perkembangannya sangat pesat di Indonesia. Karena konsumsi masyarakat terhadap makanan dan minuman tetap menjadi kebutuhan pokok meskipun terjadi krisis ekonomi. Semakin besar tingkat konsumsi, maka semakin besar pula tingkat permintaan akan produksi makanan dan minuman. Keadaan tersebut mendorong perusahaan makanan & minuman untuk meningkatkan produksinya sehingga laba yang diperoleh perusahaan akan meningkat diikuti oleh meningkatnya harga saham. Dilihat dari perkembangan investasi, industri makanan dan minuman terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Hal ini berdampak langsung terhadap kebutuhan makanan dan minuman yang cenderung meningkat tiap tahunnya.

Kementerian Perindustrian mencatat sumbangan industri makanan dan minuman terhadap produk domestik bruto industri nonmigas mencapai 34,95% pada triwulan ketiga 2017. Hasil itu menjadikan sektor makanan dan minuman menjadi kontribusi terbesar dibanding subsektor lain. Pertumbuhan Industri makanan dan minuman tahun 2013 mengalami pertumbuhan 4,07 %, tahun 2014 sebesar 9,49%, tahun 2015 sebesar 7,54%, tahun 2016 sebesar 8,46, tahun 2017 sebesar 9,15% (Kompas.com). Industri sub sektor makanan dan minuman memiliki kinerja yang bagus sehingga membuat para investor menanamkan modalnya ke industri sub sektor makanan dan minuman.

Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti tertarik melakukan penelitian tentang pengaruh profitabilitas, *leverage* dan Corporate Sosial Responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Penelitian dapat dijadikan bahan informasi untuk mengetahui keadaan nilai perusahaan sehingga dapat dimanfaatkan oleh para investor dalam pengambilan keputusan investor akan pengaruh profitabilitas, *leverage* dan CSR terhadap nilai perusahaan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman ?
2. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman ?
3. Apakah CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur makanan dan minuman ?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman di BEI;
2. Untuk menganalisis pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman di BEI;

3. Untuk menganalisis pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman di BEI.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak, antara lain:

1. Manfaat Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan memberikan pemikiran pentingnya nilai perusahaan beserta faktor-faktor yang mempengaruhinya, karena nilai perusahaan akan mempengaruhi citra perusahaan;

2. Manfaat Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI;

3. Manfaat bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan wawasan sehingga dapat menjadi referensi bagi peneliti yang akan datang mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kajian Teori

2.1.1. Konsep Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah unit yang melakukan kegiatan pengelolaan faktor-faktor produksi menyediakan barang dan jasa bagi masyarakat, mendistribusikan, melakukan upaya-upaya lain yang bertujuan memperoleh keuntungan dan memuaskan masyarakat (Mardikanto, 2014). Apabila nilai perusahaan berada pada tingkat maksimum maka pemilik perusahaan akan menjadi makmur, sehingga disimpulkan bahwa nilai perusahaan merupakan persepsi investor atau masyarakat umum terhadap perusahaan terkait dengan harga saham. Menurut Suharli (2006), penilaian perusahaan mengandung unsur proyeksi, asuransi, perkiraan, dan judgement. Adapun konsep dasar penilaian yaitu sebagai berikut:

- a. nilai harus ditentukan pada harga yang wajar;
- b. nilai ditentukan oleh kurun waktu tertentu;
- c. penilaian tidak dipengaruhi sekelompok pembeli tertentu.

Secara umum dalam menilai perusahaan banyak metode dan teknik yang telah dikembangkan, salah satu teknik dan metode yang dapat diterapkan diantaranya adalah Suharli (2006):

- a. pendekatan laba antara metode rasio tingkat laba dan metode kapitalisasi proyek laba;
- b. pendekatan arus kas antara lain metode diskonto arus kas;
- c. pendekatan dividen antara lain metode pertumbuhan dividen;
- d. pendekatan aktiva antara lain metode penilaian aktiva;
- e. pendekatan harga saham;
- f. pendekatan *economic value added*.

Harga pasar ialah cerminan dari aset perusahaan sesungguhnya, beberapa konsep tentang nilai perusahaan yang dijelaskan menurut Christiawan dan Tarigan (2007), antara lain:

- a. Nilai nominal, merupakan nilai formal dalam anggaran dasar perseroan, disebutkan secara eksplisit dalam neraca perusahaan serta ditulis jelas dalam surat saham kolektif;
- b. Nilai pasar, sering disebut kurs merupakan harga yang terjadi dari proses tawar-menawar di pasar saham, nilai saham berdasarkan informasi yang diperkirakan, nilai ini hanya dapat ditentukan jika saham perusahaan dijual di pasar saham;
- c. Nilai intrinsik, merupakan nilai yang mengacu pada perkiraan nilai riil perusahaan atau dapat disebutkan nilai perusahaan yang memiliki kemampuan menghasilkan keuntungan dimasa yang akan datang;
- d. Nilai buku, merupakan nilai perusahaan yang dihitung dengan konsep dasar akuntansi;
- e. Nilai likuidasi, merupakan nilai jual seluruh aset perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban yang harus dipenuhi.

Berdasarkan pemaparan penjelasan di atas dapat dipersepsikan bahwa konsep yang paling representatif untuk menentukan nilai perusahaan adalah pendekatan konsep nilai intrinsik, tetapi kenyataan dalam memperkirakan nilai intrinsik sangat sulit, oleh sebab itu untuk menentukan dilakukan dengan mengidentifikasi variabel-variabel yang signifikan keuntungan suatu perusahaan. Variabel tersebut berbeda dari masing-masing perusahaan. Selain itu, penentuan nilai intrinsik juga memerlukan kemampuan prediksi arah kecenderungan yang akan terjadi di kemudian hari. Sehingga dengan alasan tersebut, nilai pasar digunakan dengan alasan kemudahan data juga didasarkan pada penilaian yang moderat.

Hasil penelitian dari Rustriarini (2010) menyatakan bahwa perusahaan akan mengungkapkan informasi jika informasi tersebut dirasa mampu untuk meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan dapat mempergunakan informasi tanggung jawab sosial sebagai keunggulan kompetitif perusahaan. Perusahaan dengan kinerja lingkungan dan sosial yang baik akan direspon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham.

Rumus yang dapat digunakan untuk menghitung PER (Tandelin, 2010 : 320)

$$\text{PER} : \frac{\text{Harga Saham}}{\text{EPS}} \quad (1)$$

2.1.2 Konsep Profitabilitas

Penelitian Ernawati dan Widyawati (2015) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan guna mendapatkan keuntungan atau laba untuk menilai suatu perusahaan menghasilkan laba dalam periode tertentu. Profitabilitas merupakan hasil usaha dari keputusan manajemen yang dicapai oleh perusahaan dalam kurun waktu tertentu (Brigham dan Houston, 2001). Profitabilitas dapat dinyatakan sebagai suatu perusahaan yang menghasilkan laba dalam kurun waktu tertentu. Profitabilitas dapat diukur dengan laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi atau aset dan tingkat pengembalian ekuitas pemilik. Profitabilitas merupakan penilaian dasar kondisi perusahaan. Oleh karena itu perlu dibutuhkan alat analisis untuk menilainya yaitu rasio profitabilitas.

Rasio profitabilitas merupakan sebuah alat untuk mengukur efektifitas manajemen dalam memperoleh keuntungan dari penjualan atau investasi. Profitabilitas menjadi penting untuk memepertahankan kelangsungan hidup suatu perusahaan dalam jangka waktu panjang karena dapat menunjukkan perusahaan memiliki prospek yang baik dimasa yang akan datang. Setiap perusahaan berusaha meningkatkan profitabilitas, karena semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan akan memengaruhi kelangsungan hidup perusahaan lebih terjamin. Berikut jenis-jenis rasio profitabilitas untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba:

Hasi Pengembalian Atas Aset (*Return on Assets*)

Return on Assets adalah rasio yang menunjukkan seberapa besar aset yang dimiliki perusahaan dalam menghasilkan laba bersih. Rasio ini untuk mengukur jumlah laba bersih yang dihasilkan oleh perusahaan dalam total aset. Semakin tinggi pengembalian aset maka semakin tinggi juga laba bersih yang diterima oleh perusahaan. Jika pengembalian aset rendah maka laba bersih yang diterima perusahaan akan sedikit. Rasio ini dihitung dengan rumus (Hanafi dan Halim, 2009 : 83)

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih setelah Pajak} \times 100\%}{\text{Total Aset}} \quad (2)$$

2.1.3 Konsep *Leverage*

Menurut Sartono (2011:114), “Rasio *leverage* merupakan rasio yang mengukur kapasitas perusahaan dalam memenuhi kewajibannya baik jangka pendek dan jangka panjang”. Maryam (2014) menyatakan bahwa *leverage* adalah penggunaan sejumlah aset atau dana oleh perusahaan dimana dalam penggunaannya perusahaan harus mengeluarkan biaya tetap. Dari pendapat para ahli dapat ditarik kesimpulan bahwa rasio *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa lama perusahaan memenuhi kewajiban dalam jangka waktu pendek dan jangka waktu panjang yang modalnya berasal dari utang.

Menurut (Prasetyorini, 2013) konsep *leverage* suatu hal yang penting bagi para investor untuk memberikan penilaian saham karena investor cenderung menghindari risiko. Semakin besar *leverage* perusahaan maka risiko investasi yang diterima juga akan semakin besar. Keputusan pembelanjaan perusahaan akan memengaruhi kemampuan dalam menghasilkan laba bagi pemegang saham. Apabila kondisi ekonomi perusahaan baik mampu menggunakan utangnya lebih besar dibandingkan dengan modal sendiri dan menghasilkan laba besar bagi para pemegang saham tentunya para investor tersebut akan lebih suka. Semakin besar *leverage* penggunaan utangnya dalam membiayai investasi pada aset semakin besar maka risiko keuangan perusahaan meningkat. Hasil perhitungan dari rasio *leverage* digunakan dalam memutuskan penggunaan dana dari pinjaman atau penggunaan dana dari modal sebagai sumber pembiayaan aset perusahaan. Adapun beberapa tujuan dan manfaat rasio *leverage* diantaranya:

- a. digunakan untuk mengukur pengaruh utang terhadap pembiayaan aset perusahaan;
- b. digunakan untuk mengukur pengaruh modal terhadap pembiayaan aset perusahaan;
- c. digunakan untuk mengukur seberapa besar aset perusahaan dibiayai oleh utang;

- d. digunakan untuk mengukur seberapa besar aset perusahaan dibiayai oleh modal;
- e. digunakan untuk mengukur brapa modal yang dijadikan jaminan utang jangka panjang;
- f. digunakan untuk mengukur berapa modal yang dijadikan sebagai jaminan utang;
- g. digunakan untuk mengukur berapa setiap aset yang dijadikan sebagai jaminan modal bagi pemilik atau pemegang saham.

Dari hasil analisis rasio *leverage* perusahaan mendapatkan informasi berkaitan dengan pembiayaan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya. Hasil analisis ini manajer keuangan harus memutuskan mengambil kebijakan sumber pembiayaan yang ada yaitu pembiayaan lewat hutang dengan pembiayaan lewat modal. Berikut yang termasuk dalam rasio *leverage* adalah:

Total Debt to Equity Ratio

Rasio ini merupakan perbandingan antara total hutang dengan modal sendiri yang dimiliki perusahaan yang berbentuk saham maupun surat-surat berharga. Rumus untuk menghitung DER (Sawir, 2005:13)

$$\text{DER} = \frac{\text{Total Utang} \times 100\%}{\text{Modal Sendiri}} \quad (3)$$

2.1.4 Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut Beny (2012:6) CSR merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan besar dengan memberikan tanggungjawabnya seperti hadiah, organisasi, uang kepada sekitar perusahaan tersebut berdiri. Menurut Hery (2013:139) CSR merupakan sebuah komitmen yang dilakukan oleh perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang lebih baik dengan bentuk memberikan pertanggungjawaban terhadap masrakat dan lingkungan sekitar. Menurut Bowen (1953) CSR adalah kewajiban perusahaan untuk membuat kebijakan dan keputusan yang tepat yang sejalan dengan tujuan perusahaan dan nilai-nilai masyarakat. Dari pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa CSR adalah sebuah bentuk kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan besar dan memberikan dampak lebih baik terhadap masyarakat serta lingkungan sekitar dengan memberikan

pertanggungjawabannya seperti hadiah, organisasi, uang, dll. Kesadaran ini sangat dibutuhkan dalam pelaku bisnis terhadap sumber daya alam. Kurangnya kesadaran terhadap lingkungan sekitar mengancam ketersediaan sumber daya alam yang ada dan menimbulkan konflik sosial serta konflik ketenagakerjaan. Oleh karena itu pengambilan keputusan dalam perusahaan harus memperhatikan CSR.

CSR digunakan untuk sebuah perusahaan menjadi bertanggungjawab terhadap sosial dan lingkungan sekitar. CSR bukan hanya membahas lingkungan dan sosial, melainkan mencakup etika bisnis dan keberlanjutan sebuah perusahaan tersebut. Kini pelaksanaan CSR semakin meningkat karena seluruh perusahaan dari semua bidang melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Michel et al. (2016) menjelaskan bahwa beberapa perusahaan masih ragu dalam menerapkan CSR. Alasan kuat yang membuat perusahaan ragu ialah terkait dengan masalah biaya, waktu dan usaha dalam penerapannya, dan juga manfaat yang dapat diukur. Sulit bagi perusahaan memperkrakan biaya CSR yang dikeluarkan dan mengetahui cara mengukur manfaat CSR.

a. Biaya

Manajer perusahaan berpikir bahwa biaya yang dikeluarkan dalam melakukan CSR sangat tinggi, tanpa melihat manfaat yang dapat dihasilkan dari CSR. Biaya yang dikeluarkan untuk CSR hanya mengurangi kesejahteraan para pemegang saham.

b. Manfaat Potensial yang Tidak Terealisasi

Banyak perusahaan yang kurang memahami manfaat dari CSR. Karena tidak adanya bukti bahwa CSR dapat meningkatkan profitaabilitas, maka perusahaan enggan memulai melakukan CSR.

c. Implementasi yang Tidak Sesuai

Kegagalan dalam menerapkan CSR pada waktu yang lalu memberi keraguan pada perusahaan untuk menerapkannya kembali pada sekarang. Penyebab kesalahan penerapan CSR yaitu kurangnya pelatihan sehingga tidak mendapatkan hasil. Perusahaan tentunya kesulitan tanpa adanya penerapan yang sesuai, sehingga sulit memperoleh manfaat dari CSR.

Menurut Post et al. (2002) tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) merupakan salah satu tanggung jawab sosial perusahaan kepada pemangku kepentingan. Pemangku kepentingan ini meliputi pemegang saham, para manajer, karyawan, pelanggan, masyarakat dan pemasok. Pengungkapan CSR menggunakan pedoman GRI G3 dengan total indikator pengungkapan sebanyak 79 item, karena laporan tahunan dari tahun 2015- 2017 yang diteliti masih menggunakan pedoman pengungkapan GRI G3. Pengungkapan CSR dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Sembiring, 2005):

$$CSR = \frac{\text{Total informasi CSR yang diungkapkan}}{79 \text{ item informasi CSR berdasarkan GRI G3}} \times 100\% \quad (4)$$

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang pernah dilakukan mengenai pengaruh profitabilitas, leverage dan CSR terhadap nilai perusahaan yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti dengan objek perusahaan yang berbeda.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti (Tahun)	Variabel Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1	Astriani (2009)	Dependen : Nilai Perusahaan Independen : Kepemilikan Manajerial, <i>Leverage</i> , Profitabilitas Ukuraan Perusahaan, <i>Investment Opportunity Set</i>	: Analisis Regresi Linier Berganda	a. Kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan b. <i>Leverage</i> berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan c. Profitabilitas berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan d. Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap Nilai Perusahaan e. <i>Investment Opportunity Set</i> berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

Dilanjutkan ke halaman 13

Lanjutan Tabel 1. Halaman 12

2	Sari (2009)	Dependen Nilai Perusahaan Independen Profitabilitas, <i>Leverage</i> , <i>Economic Value Added</i> dan Risiko Sistematis	: Analisis Regresi Linier : Berganda	a. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan b. <i>Leverage</i> berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan c. <i>Economic Value Added</i> berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan d. Risiko Sistematis berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan
3	Agustina (2013)	Dependen: Nilai Perusahaan Independen: Profitabilitas dan Pengungkapan CSR	Analisis Regresi Linier Berganda	a. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan b. Pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
4	Dewi dan Wirajaya (2013)	Dependen: Nilai perusahaan Independen: Struktur Modal, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan	Analisis Regresi Linier Berganda	a. Struktur Modal berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan b. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan c. Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Dilanjutkan ke halaman 14

Lanjutan Tabel 1. Halaman 13

5	Ogolmagai (2013)	Dependen Nilai Perusahaan Independen : <i>Leverage</i>	: Analisis Regresi Linier : Berganda	a. DER dan DAR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan b. DER berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan c. DAR berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan
6	Rosiana <i>et al</i> (2013)	Dependen Nilai Perusahaan Independen : Pengungkapan CSR Variabel Pemoderasi : Profitabilitas	: Analisis Regresi Linier : Berganda	a. Pengungkapan CSR berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan b. Profitabilitas memperkuat pengaruh pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan
7	Adelina <i>et al</i> (2014)	Dependen Nilai Perusahaan Independen : Rasio Likuiditas, <i>Leverage</i> dan Profitabilitas	: Analisis Regresi Linier : Sederhana	a. Likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan b. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan c. Profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan

Dilanjutkan ke halaman 15

Lanjutan Tabel 1. Halaman 14

8	Rahayu dan Asandimitra (2014)	Dependen: Nilai perusahaan Independen: Ukuran perusahaan, <i>Leverage</i> , Profitabilitas dan Kebijakan Dividen	Analisis Regresi Linier Berganda	<ul style="list-style-type: none"> a. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan b. <i>Leverage</i> berpegaruh negatif terhadap nilai perusahaan c. Profitabilitass berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan d. Kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
9	Darmanto (2015)	Dependen: Nilai Perusahaan Independen: Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Kebijakan Dividen Cash Holding, Ukuran Perusahaan, CSR	Analisis Regresi Linier Berganda	<ul style="list-style-type: none"> a. Profitabilitas beperpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan b. Kebijakan dividen, dan ukuran perusahaan berpengaruh terhdap nilai perusahaan c. <i>Leverage</i>, cash holding, dan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
10	Saridewi <i>et al</i> (2016)	Dependen: Nilai Perusahaan Independen: Profitabilitas dan CSR	Analisis Regresi Linier Berganda	<ul style="list-style-type: none"> a. Profitabilitas dan CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan b. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan c. CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan

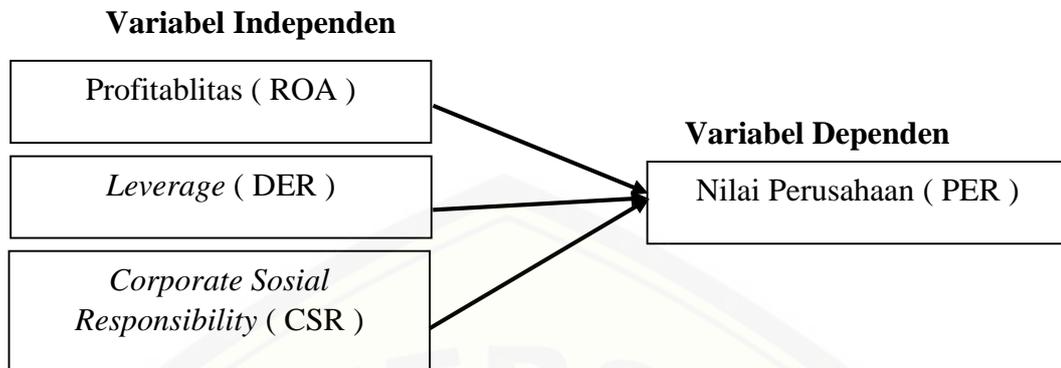
Dilanjutkan ke halaman 16

Lanjutan Tabel 1. Halaman 15

11	Ayu dan Suarjaya (2017)	Dependen: Nilai Perusahaan Independen: Profitabilitas dan CSR	Analisis jalur (<i>path analysis</i>)	<ul style="list-style-type: none"> a. Profitabilitas terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap CSR b. Profitabilitas dan CSR terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan c. Profitabilitas secara signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan melalui CSR
12	Nurminda. <i>et al</i> (2017)	Dependen: Nilai Perusahaan Independen: Profitabilitas, <i>leverage</i> dan Ukuran Perusahaan	Analisis Regresi Data Panel	<ul style="list-style-type: none"> a. Profitabilitas berpengaruh positif pada nilai perusahaan b. <i>Leverage</i> berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan c. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
13	Utami (2017)	Dependen: Nilai perusahaan Independen: Kebijakan Dividen, Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Ukuran Perusahaan	Analisis Regresi Linear Berganda	<ul style="list-style-type: none"> a. Kebijakan dividen dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan b. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan c. <i>Leverage</i> berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan

Sumber: Astriani (2009), Sari (2009), Agustina (2013), Dewi dan Wirajaya (2013), Ogolmagai (2013), Rosiana *et al* (2013), Adelina *et al* (2014), Rahayu dan Asandimitra (2014), Darmanto (2015), Saridewi *et al* (2016), Ayu dan Suarjaya (2017), Nurminda *et al* (2017) dan Utami (2017).

2.3 Kerangka Konseptual Penelitian



Gambar 1 Kerangka Konseptual Penelitian

Sesuai dengan uraian dan latar belakang, kerangka konseptual penelitian ini akan meneliti pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan CSR terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2013-2017.

2.4 Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan pada rumusan masalah dan tujuan penelitian, maka hipotesis penelitian ini adalah :

2.4.1 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari asset atau dari pendapatan. Investor menanamkan saham pada perusahaan untuk mendapatkan keuntungan. Semakin tinggi aset dan pendapatan dalam perusahaan maka semakin besar nilai dalam suatu perusahaan. (Husnan : 2001). Profitabilitas berpengaruh terhadap kelangsungan hidup suatu perusahaan, sehingga profitabilitas yang tinggi akan meningkatkan perusahaan tumbuh dan berkembang (Hermuningsih, 2012). Menurut Saridewi *et al* (2016), Ayu dan Suarjaya (2017), Dewi dan Wirajaya (2013), Agustina (2013), Darmanto (2015) dan Mukhammad dan Mochammad (2016) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan hal diatas maka hipotesis dalam yang diajukan penelitian ini adalah:

H₁ : Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan

2.4.2 Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Fahmi (2011) rasio *leverage* adalah untuk mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. Sedangkan menurut Fakhrudin (2008) *leverage* adalah jumlah utang yang digunakan untuk membeli asset perusahaan. Semakin tingginya *leverage* menunjukkan semakin besarnya dana yang disediakan oleh kreditur (Mamduh dan Halim, 2007). Hal ini membuat investor semakin teliti untuk melakukan investasi di perusahaan yang rasio *leverage* nya tinggi, karena semakin tinggi rasio *leverage* semakin tinggi juga resiko investasinya (Weston dan Copeland, 2010). Karena semakin tingginya hutang tersebut akan menurunkan nilai perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Nurmindia. *et al* (2017), Rahayu dan Asandimitra (2014), Utami (2017), Murnita dan Putra (2018) menunjukkan *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sementara menurut Mukhammad dan Mochammad (2016) menunjukkan *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan hal diatas maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H₂ : *Leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan

2.4.3 Pengaruh *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) terhadap Nilai perusahaan

CSR adalah dukungan manajemen terhadap kewajiban untuk mempertimbangkan laba, kepuasan pelanggan dan kesejahteraan masyarakat secara setara dalam mengevaluasi kinerja perusahaan (Harmoni dan Andriyani : 2008). Keberlanjutan suatu perusahaan dapat terjamin apabila perusahaan memperhatikan beberapa faktor, seperti dimensi lingkungan dan sosial, sehingga perusahaan akan bertanggung jawab atas aktivitas – aktivitas yang dilakukan kepada para *stakeholder* (pemangku kepentingan). Salah satu bentuk tanggung jawab tersebut dapat berupa CSR (*Corporate Social Responsibility*) atau yang biasa disebut dengan tanggung jawab sosial perusahaan. Kesadaran akan pentingnya CSR (*Corporate Social Responsibility*) sudah menjadi suatu trend yang sangat global, dengan semakin banyak masyarakat yang peduli akan kondisi lingkungan tempat tinggal mereka. Maka dari itu, perusahaan berkewajiban untuk mengungkapkan CSR dalam setiap laporan tahunan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Saridewi *et al* (2016), Ayu dan Suarjaya (2017) menemukan CSR

berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun Darmanto (2015) tidak menemukan pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan hal di atas maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H₃: CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan



BAB 3. METODE PENELITIAN

3.1. Rancangan penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian kausalitas, yaitu merupakan penelitian yang bertujuan mengetahui pengaruh dua variabel atau lebih (Indriantoro dan Supomo, 2002). Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kuantitatif melalui pengukuran variabel penelitian berupa angka dan analisis data dilakukan dengan prosedur statistika. Dalam penelitian ini data yang akan digunakan adalah nilai perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan CSR yang terdaftar pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2013 - 2017.

Metodologi yang akan digunakan dalam penelitian adalah uji hipotesis, yaitu merupakan metode pengambilan keputusan yang didasarkan pada analisa data baik dalam percobaan terkontrol maupun observasi guna mendapatkan kesimpulan tentang populasi berdasarkan sampel yang ada. Uji hipotesis ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan CSR terhadap nilai perusahaan.

3.2. Populasi dan Sampel

Populasi adalah suatu kelompok orang atau objek yang mempunyai karakteristik kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2015). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sedangkan sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2015). Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. *Purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan yang telah ditentukan oleh peneliti (Hasdianah, et al., 2015). Dalam *purposive sampling* peneliti memiliki hak untuk memilih sampel sesuai kriteria, yang diperkirakan mampu mewakili dari populasi penelitian dengan kriteria yang sama. Kriteria yang diterapkan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Perusahaan manufaktur sub sektor makan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2013 - 2017

2. Perusahaan tidak mengalami *delisting* selama periode penelitian pada tahun 2013-2017
3. Perusahaan yang melaporkan laporan keuangan selama periode tertentu.

3.3. Jenis dan Sumber Data

Berdasarkan dari jenisnya penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah jenis data sekunder. Data sekunder dari penelitian ini berupa data-data perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang bersumber (www.idx.com). Data sekunder yang bersumber dari laporan keuangan perusahaan yang telah diaudit pada tahun 2013 hingga tahun 2017 dengan tujuan agar hasil penelitian mencerminkan situasi terbaru.

3.4. Identifikasi Variabel

Pada penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian yaitu profitabilitas, leverage dan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR). Sedangkan yang menjadi variabel dependen yaitu Nilai Perusahaan.

3.5. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel

Definisi operasionalisasi menjelaskan cara tertentu yang digunakan dalam suatu penelitian dalam mengoperasionalkan *construct*, sehingga memungkinkan penelitian lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran *construct* yang lebih baik (Indriantoro, 2002). Pada bagian ini akan diuraikan definisi dari masing-masing variabel yang digunakan berikut dengan operasional dan cara pengukurannya.

Tabel 3.1. Definisi Operasi dan Pengukuran Variabel

No	Variabel	Definisi	Skala Pengukuran
1	Nilai Perusahaan	Persepsi investor terhadap perusahaan yang sering dikaitkan terhadap laba yang dicapai	Rasio
2	Profitabilitas	Kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan dari asset	Rasio
3	<i>Leverage</i>	Seberapa besar rasio asset perusahaan dibiayai oleh utang	Rasio

4	CSR	Kewajiban perusahaan membuat Rasio keputusan yang sejalan dengan tujuan perusahaan dan nilai-nilai masyarakat.
---	-----	--

3.6. Metode Analisis Data

3.6.1. Menentukan Nilai Variabel

a. Nilai perusahaan

Dalam penelitian ini Nilai Perusahaan dengan ukuran PER mengacu pada rumus (1) halaman 8

b. Profitabilitas

Dalam penelitian ini Profitabilitas dengan ukuran ROA mengacu pada rumus (2) halaman 9

c. *Leverage*

Dalam penelitian ini *Leverage* dengan ukuran DER mengacu pada rumus (3) halaman 10

d. CSRD

Dalam penelitian ini CSRD mengacu pada rumus (4) halaman 12

3.6.2. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk mendapatkan informasi mengenai karakteristik variabel penelitian dan daftar demografi responden. Metode ini mendeskripsikan suatu data yang dilihat dari rata-rata, standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtois, dan skewness (kmencengan distribusi) (Ghozali, 2016).

3.6.3. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data dilakukan untuk mengetahui data penelitian yang digunakan berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas data dapat dilakukan apabila jumlah sampel dalam penelitian lebih dari 50 sampel sehingga menggunakan uji *Kolmogrov Smirnov*, sedangkan sampel kurang dari 50 sampel maka menggunakan uji *Shapiro – Wilk*. Adapun langkah-langkah dalam menguji normalitas data sebagai berikut:

a. Merumuskan hipotesis

$H_0 : b_i = 0$, artinya data berdistribusi normal

$H_a : b_i \neq 0$, artinya data tidak berdistribusi normal

b. Menentukan tingkat signifikansi (α)

Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 5%

c. Menguji normalitas data menggunakan uji Kolmogorov Smirnov atau Saphiro Wilk

d. Menghitung *p-value*

e. Menarik kesimpulan

Dari hasil uji *Kolmogorov – Smirnov* maka akan ditarik kesimpulan :

1) Jika *p-value* > α , maka H_0 diterima artinya data berdistribusi normal

2) Jika *p-value* < α , maka H_0 ditolak artinya data tidak berdistribusi normal

Apabila data tidak berdistribusi normal, maka dilakukan standarisasi data dengan cara transformasi data. Standarisasi dilakukan dengan cara membagi nilai variabel dengan nilai rata – rata, minimum dan maksimum. Apabila data sudah ditransformasi masih tidak berdistribusi normal, maka mengasumsikan data sudah berdistribusi normal berdasarkan teori *central limit*.

3.6.4. Analisis Regresi Linear Berganda

Pada penelitian ini ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Regresi linier berganda di gunakan untuk mengukur hubungan antara 2 variabel independen atau lebih terhadap 1 variabel dependen. Dengan persamaan sebagai berikut :

$$PER_{it} = a + b_1ROA_{it} - b_2DER_{it} + b_3CSR_{it} + e_i$$

Keterangan :

PER_{it} : Nilai Perusahaan

a : Konstanta

b_1, b_2, b_3 : Koefisien regresi

ROA : Profitabilitas

DER : *Leverage*

CSR : CSR

e_i : Error

3.6.5. Uji Asumsi Klasik

Menurut Gujarati (2015) agar model dapat digunakan sebagai prediktor, maka harus bersifat *best linear unbiased estimator (BLUE)*, untuk mengetahuinya maka dilakukan uji asumsi dasar klasik. Uji asumsi dasar klasik dalam penelitian ini antara lain uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

a. Uji Multikolinearitas

Umumnya multikolinearitas memiliki arti terdapatnya suatu hubungan linier yang sempurna pada suatu model regresi antara beberapa atau keseluruhan variabel independen (Gaspersz, 1991). Sebaiknya model regresi tidak terdeteksi multikolinearitas karena jika hal tersebut terjadi maka variabel independen yang digunakan dalam penelitian tersebut terjadi kemiripan. Menurut Gujarati (2015) untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dalam model regresi penelitian dapat menggunakan *Variance-Inflating Factor (VIF)*, dengan ketentuan :

- 1) Jika nilai $VIF < 10$ dan tingkat *tolerance* $> 0,1$, maka tidak terdapat permasalahan multikolinearitas.
- 2) Jika nilai $VIF > 10$ dan tingkat *tolerance* $< 0,1$, maka terdapat permasalahan multikolinearitas.

Apabila model regresi dalam penelitian ini terdeteksi multikolinearitas, tindakan yang dilakukan adalah dengan tidak melakukan apapun seperti yang di sampaikan Gujarati (2013: 434). Gujarati menambahkan jika pada dasarnya multikolinearitas adalah definisi data (data yang kurang atau tidak sempurna) dan terkadang tidak ada pilihan lain terhadap data yang tersedia bagi analisis empiris. Dalam menghadapi multikolinearitas, kebanyakan akan berujung pada teknik-teknik baru yang nantinya akan menyulitkan penelitian dan tidak sesuai dengan tujuan awal penelitian.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas di gunakan sebagai pengujian model regresi untuk menemui apakah ada tidaknya kesamaan variasi dari *residual* antar pengamatan. Apabila variasi dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka di katakana sebagai homokedastitas. Homokedastitas menunjukkan bahwa model

regresi yang digunakan baik. Cara untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas dilakukan dengan uji - glejser. Adapun langkah langkah untuk mendeteksi heteroskedastisitas dengan uji - glejser adalah sebagai berikut :

- 1) Mengestimasi model dengan menghitung nilai residualnya (ϵ_i)
- 2) Mengestimasi nilai absolute residualnya
- 3) Merumuskan hipotesis
 H_0 : tidak melanggar asumsi heteroskedastisitas
 H_1 : melanggar asumsi heteroskedastisitas
- 4) Menentukan tingkat signifikansi (α)
Tingkat signifikansi (α) dalam penelitian ini adalah 5%
- 5) Menentukan kriteria
 - a. Jika $p\text{-value} > \alpha$, model regresi tersebut tidak terjadi heterokedastisitas
 - b. Jika $p\text{-value} < \alpha$, model regresi tersebut terjadi heterokedastisitas
- 6) Menarik kesimpulan
 - a. Apabila $\text{sig} < \alpha$, H_0 diterima, artinya tidak melanggar asumsi heterokedastisitas
 - b. Apabila $\text{sig} > \alpha$, H_0 ditolak, artinya melanggar asumsi heterokedastisitas

Apabila terjadi heterokedastisitas maka dilakukan perbaikan dengan menggunakan dua pendekatan yaitu metode weight least square (WLS) dan uji white (Gujarati dan Porter, 2013). Metode WLS digunakan apabila dan uji white (Gujarati dan Porter, 2013). Metode WLS digunakan apabila σ_i atau standar deviasi diketahui dan uji white digunakan σ_i tidak diketahui tetapi bias dicari melalui estimasi

c. Uji Autokorelasi

Menurut Ghazali (2014:89), uji Autokorelasi merupakan pengujian guna mengetahui ada atau tidaknya suatu penyimpangan yang terjadi karena korelasi antar residual pada antar pengamatan model regresi. Guna mengetahuinya dengan pemakaian pendekatan D-W (*Durbin Watson*). Adapun langkah-langkah pengujian gejala autokorelasi dengan uji Durbin-Watson adalah sebagai berikut :

- 1) Merumuskan hipotesis :
 - a) $H_0 : \rho = 0$, tidak melanggar asumsi autokorelasi
 - b) $H_1 : \rho > 0$, melanggar asumsi autokorelasi positif
 - c) $H_2 : \rho < 0$, melanggar asumsi autokorelasi negatif
- 2) Menentukan nilai batas atas (d_U) dan batas bawah (d_L) yang dapat diperoleh dari tabel Durbin Watson.
- 3) Melakukan Uji Durbin – Watson dengan membandingkan nilai Durbin – Watson dengan nilai batas atas (d_U) dan batas bawah (d_L)
- 4) Menarik kesimpulan :
 - a) Jika $0 < DW < d_L$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya melanggar asumsi autokorelasi positif.
 - b) Jika $DW < 4 - d_L$ maka H_0 ditolak dan H_2 diterima, artinya melanggar asumsi autokorelasi negatif.
 - c) Jika $d_U < DW < 4 - d_U$ maka H_0 diterima dan H_1 H_2 ditolak, artinya tidak melanggar asumsi autokorelasi.
 - d) Jika $d_L \leq DW \leq d_U$ atau $4 - d_U \leq DW \leq 4 - d_L$ maka tidak ada keputusan.

Apabila terjadi autokorelasi maka akan dilakukan perbaikan dengan menggunakan metode GLS (*Generalized Difference Equation*) (Gujarati dan Porter, 2015). Perbaikan menggunakan metode GLS ini tergantung dari dua hal yaitu apabila ρ atau koefisien model AR(1) diketahui dan apabila ρ tidak diketahui tetapi bias dicari melalui estimasi. Apabila ρ diketahui, autokorelasi dapat diselesaikan dengan cara mentransformasikan model regresi menjadi bentuk persamaan diferensial (*difference equation*) *generalized* atau *quasi*. Apabila ρ tidak diketahui dapat diselesaikan dengan cara metode iterasi dalam mengestimasi ρ dengan menggunakan metode *Cochrane-Orcutt*. Uji ini merupakan uji alternative untuk memperoleh nilai ρ yang dapat digunakan untuk memperoleh estimasi GLS terhadap parameter-parameter.

3.6.6. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dengan menggunakan *t-test* dapat dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut :

a. Merumuskan Hipotesis :

$H_0 : \beta = 0$, artinya secara parsial, variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

$H_a : \beta \neq 0$, artinya secara parsial, variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

b. Menentukan tingkat signifikansi (α)

Signifikansi α yang di gunakan pada penelitian ini adalah 5%

c. Menentukan Kriteria

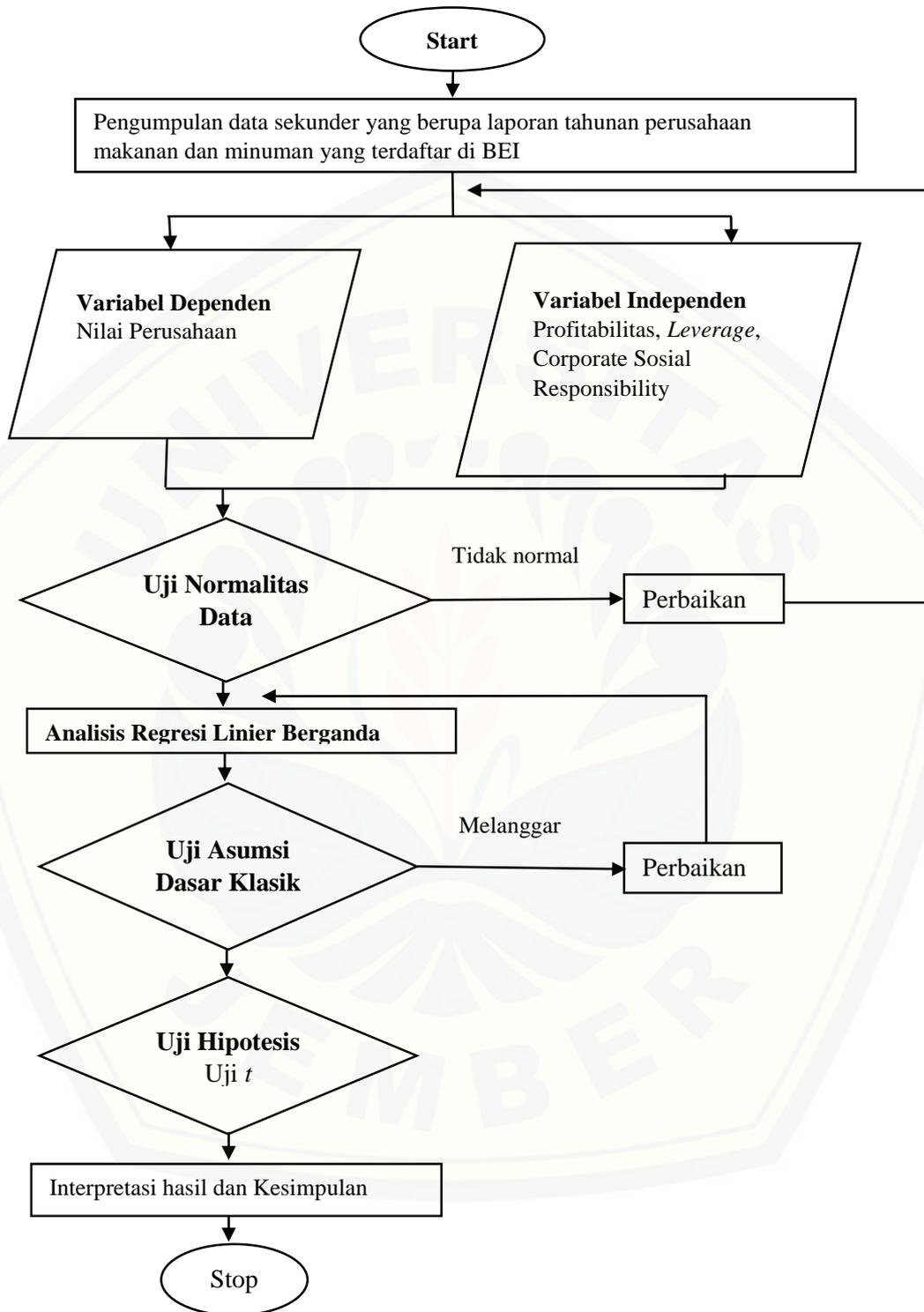
Dalam perhitungan uji-t dapat di ambil kesimpulan bahwa:

- 1) H_0 diterima apabila $p\text{-value} > \alpha$ (alpha)
- 2) H_0 ditolak dan H_a diterima apabila $p\text{-value} < \alpha$ (alpha)

d. Menarik Kesimpulan

Penelitian ini menggunakan hipotesis alternatif (H_a). H_a : Ada pengaruh profitabilitas, *leverage* Dan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman yang Terdaftar Di BEI. Tingkat kesalahan (α) dalam penelitian ini 0,05.

3.7. Kerangka Pemecahan Masalah



Gambar 3.1. Kerangka Pemecahan Masalah

Keterangan :

- a. Start, menyiapkan perencanaan penelitian
- b. Pengumpulan data Sekunder berupa laporan tahunan perusahaan sub sektor makanan dan minuman tahun 2013 - 2017. Dari sumber (www.idx.co.id)
- c. Penghitungan kesemua variabel yg di pergunakan pada penelitian dengan bantuan software SPSS.
- d. Melakukan uji normalitas pada data
- e. Jika data sudah di temukan berdistribusi normal maka di lakukan langkah selajutnya, namun jika belum berdistribusi normal di lakukan perbaikan kembali
- f. Melakukan analysis regresi linear berganda guna mengetahui korelasi antara variabel independen dengan variabel dependen
- g. Agar di dapati model regresi linear berganda yang bersifat BLUE, maka perlu dilakukan uji asumsi klasik yang di dalamnya terdapat uji normalitas model, multikolinearitas, autokorelasi, heterokedastisitas. Jika tidak lolos uji asumsi klasik maka akan ada perbaikan.
- h. Melakukan uji hipotesis guna mengetahui pengaruh variabel independen dan variabel dependen dengan uji *t*.
- i. Interpretasi dan menyimpulkan hasil penelitian
- j. Stop, penelitian selesai

BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, *leverage* dan CSR terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman tahun 2013 – 2017. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 70 dengan metode *purposive sampling* dan dilakukan uji hipotesis dengan menggunakan analisis linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan oleh peningkatan profitabilitas perusahaan akan menjadikan laba perlembar saham perusahaan meningkat, tetapi dengan peningkatan profitabilitas belum tentu harga saham perusahaan itu meningkat sehingga apabila laba perlembar saham meningkat tetapi harga saham tidak meningkat maka itu akan membuat nilai perusahaan menjadi turun.
2. *Leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sehingga *leverage* yang tinggi tidak akan mempengaruhi nilai suatu perusahaan.
3. CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini membuktikan bahwa CSR sangat penting bagi suatu perusahaan, jika perusahaan berhasil melaksanakan CSR maka dapat meningkatkan citra perusahaan yang mengakibatkan nilai suatu perusahaan akan meningkat.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat beberapa saran untuk pihak perusahaan, akademisi dan peneliti sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan

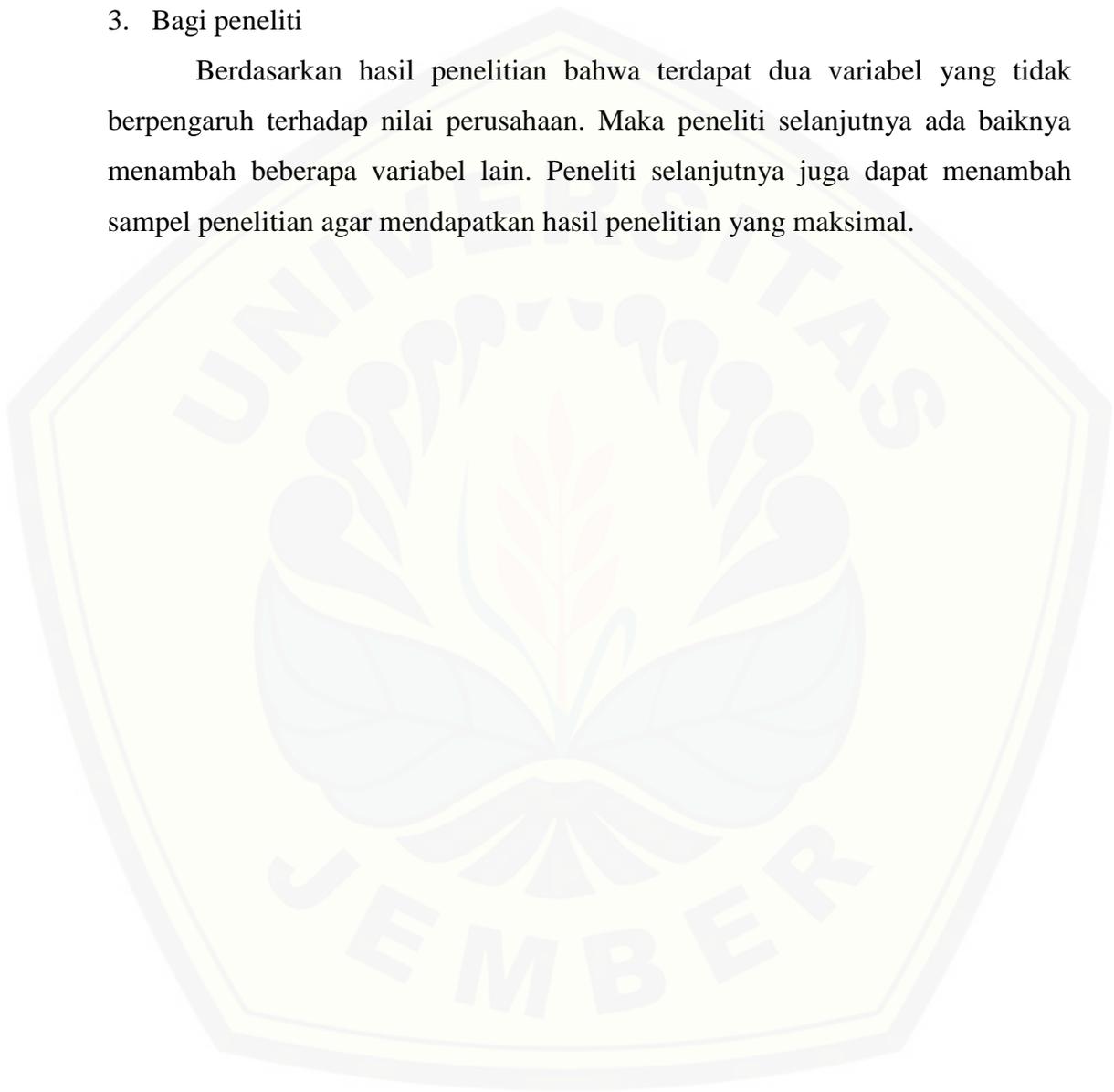
Karena bagi perusahaan sangat penting untuk mengetahui seberapa besar nilai perusahaan mempengaruhi profitabilitas, *leverage* dan CSR. Karena hasil penelitian ini yang berpengaruh signifikan adalah CSR. Sehingga para investor dapat melihat rasio guna menjadi bahan pertimbangan dalam penanaman modal pada suatu perusahaan.

2. Bagi akademisi

Berdasarkan hasil penelitian maka sangat penting bagi pihak akademisi untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, *leverage* dan CSR terhadap nilai perusahaan.

3. Bagi peneliti

Berdasarkan hasil penelitian bahwa terdapat dua variabel yang tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Maka peneliti selanjutnya ada baiknya menambah beberapa variabel lain. Peneliti selanjutnya juga dapat menambah sampel penelitian agar mendapatkan hasil penelitian yang maksimal.



DAFTAR PUSTAKA

- Adelina, Siska, Restu Agusti, dan Yesi Mutia Basri. 2014. Pengaruh Rasio Likuiditas, Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2012. *Jom FEKON*. 1(2); 1-15.
- Agnes, S. 2005. *Analisis Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Agus, S. 2011. *Manajemen Keuangan, Teori dan Aplikasi Edisi Kedua*. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.
- Agustina, Silvia. 2013. Pengaruh Profitabilitas Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Skripsi*. Padang: Universitas Negeri Padang.
- Astriani, E. F. 2009. Pengaruh Kepemilikan Manajerial, *Leverage*, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan *Investment Opportunity Set* Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2009 – 2011). *Skripsi*. Padang: Universitas Negeri Padang.
- Ayu, D. P dan A. A. G. Suarjaya. 2017. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Mediasi Pada Perusahaan Pertambangan. *E-Jurnal Manajemen Unud*. 6 (2); 1112–1138.
- Benny, B. 2012. *Corporate Social Responsibility*. San Fransisco.
- Bowen, H. R. 1953. *Social Responsibility of the Businessman*. New York: Harper and Brothers.
- Brigham, E.F. dan J. F. Houston. 2001. *Manajemen Keuangan Buku 2 (8th ed.)*. (Wibowo). Jakarta: Erlangga.

- Carroll, A. B. dan K. M. Shabana. 2010. The Business Case for Corporate Social Responsibility: A Review of Concepts, Research and Practice. *International Journal of Management Reviews, British Academy of Management*, 85-105.
- Darmanto, A. 2015. Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Kebijakan Dividen, Cash Holding, Ukuran Perusahaan, dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Perusahaan LQ – 45 di Bursa Efek Indonesia Periode 2009 – 2013). *Skripsi*. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Dewi dan Wirajaya. 2013. Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 4(2); 358-372.
- Dewi, A. A. A. T. W. dan N. G. P. Wirawati. 2018. Pengaruh Profitabilitas pada Nilai Perusahaan dengan Corporate Sosial Responsibility Sebagai Variabel Intervening. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. 22 (2); 1557-1583.
- Dewi, A. S. M dan A. Wirajaya. 2013. Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan pada Nilai Perusahaan. *E-journal Universitas Udayana*. 4 (2); 358-372.
- Ernawati, D. dan D. Widyawati., 2015. Pengaruh Profitablitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 4(2); 1-17.
- Ervina Rosiana, Gusti Ayu Made. 2013. “Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi”. *E Jurnal Akuntansi, Universitas Udayana*. 5 (3); 723-738.
- Fahmi, I. 2011. *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Fakhrudi, H. M. 2008. *Istilah Pasar Modal A-Z*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Freeman, R. E. 1984. *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, Boston, Pitman.

- Ghozali, I. 2014. *Ekonometrika: Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan IBM SPSS 22*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D. N. 2015. *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Buku II. Edisi Kelima. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Hanafi, M. dan A. Halim. 2009. *Analisis Laporan Keuangan (Edisi Keempat)*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Harmoni, A. dan A. Andriyani. 2008. *Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada Official Website Perusahaan Studi pada PT. Unilever Indonesia Tbk*. Proceeding disajikan dalam Seminar Ilmiah Nasional Komputer dan Sistem Intelijen (KOMMIT 2008), Auditorium Universitas Gunadarma Depok, 20-21 Agustus.
- Heri. 2013. *Akuntansi Dan Rahasia Dibaliknya Untuk Para Manajer Non Akuntansi*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hermuningsih, S. 2012. Pengaruh Profitabilitas, Size terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening, *Jurnal Siasat Bisnis*, 16 (2); 232-242.
- Husnan, S. 2001. *Dasar-Dasar Teori Portofolio dan Analisis Sekuritas*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan AMP YKPN.
- Indriantoro, N. dan Supomo. 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Edisi Pertama, Yogyakarta: BPFE.
- Izzah, S. 2017. Pengaruh Leverage dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi pada Perusahaan yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index Tahun 2012 – 2015) *Skripsi*. Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Jogi, C. Y. dan J. Tarigan. 2007. Kepemilikan Manajerial : Kebijakan Hutang, Kinerja, dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. 9 (1);1-8.

Kasmir, 2016. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Kusumajaya, D. K. O. 2011. Pengaruh Struktur Modal dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Profitabilitas dan Nilai perusahaan pada Perusahaan Manufaktur di BEI. *Tesis Program Magister*. Universitas Udayana.: Program Studi Manajemen, Program Pascasarjana.

Kusumajaya, Dewa Kadek Oka. 2011. Pengaruh Struktur Modal Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Profitabilitas Dan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia, *Tesis Program Pascasarjana Universitas Udayana*, Denpasar.

Kweon, J. A. 2008. *Manajemen Keuangan*. Edisi 10. Jakarta: PT. Macanan Jaya Cemerlang.

Mamduh, M. H. dan A. Halim, 2007. *Analisi Laporan Keuangan*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN

Mardikanto, T. 2014. *CSR: Corporate Social Responsibility (Tanggung Jawab Sosial Korporasi)*. Bandung: Alfabeta.

Mardiyati, Umi, Gatot Nazir Ahmad, & Ria Putri. 2012. Pengaruh Kebijakan Deviden, Kebijakan Hutang dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*. 3(1).

Maryam, Siti. (2014). Analisis pengaruh firm size, growth, leverage, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan (studi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia). *Skripsi*. Padang : Universitas Hasanudin.

Mufidah, N dan P. E. Purnamasari. 2018. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Moderating. *EL DINAR*

Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah. UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. 6(1).

Mukhammad. A., dan Mochammad C. 2016. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan yang Terdaftar pada Indeks LQ-45 periode 2011-2014). *Diponegoro Journal of Management*. 5(1); 1-12.

Murnita, P. E. M dan I. M. P. D. Putra. 2018. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan Leverage sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. 23 (2); 1470-1494.

Nurminda, Aniela, Deannes Isyuardhana, dan Annisa Nurbaiti. 2017. Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *e-Proceeding of Management* : 4(1); 542-549.

Ogolmagai, Natalia. 2013. Leverage pengaruhnya terhadap Nilai Perusahaan pada industri manufaktur yang go public di Indonesia. *Jurnal EMBA*, Vol.1 No.3 (ISSN: 2303-1174).

Pramana, I. G. N. A. D dan I. K. Mustanda. 2016. Pengaruh Profitabilitas Dan Size Terhadap Nilai Perusahaan Dengan CSR Sebagai Variabel Pemoderasi . *E-Jurnal Manajemen Unud*. 5 (1); 561 – 594.

Prasetyorini, B. F. 2013. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price Earning Ratio dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Manajemen*. 1(1). 183-196.

Putri, H. C. M dan S. Raharja. 2013. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kepemilikan Manajerial Sebagai Variabel Moderating. *Diponegoro Journal of Accounting*. 2(3); 1.

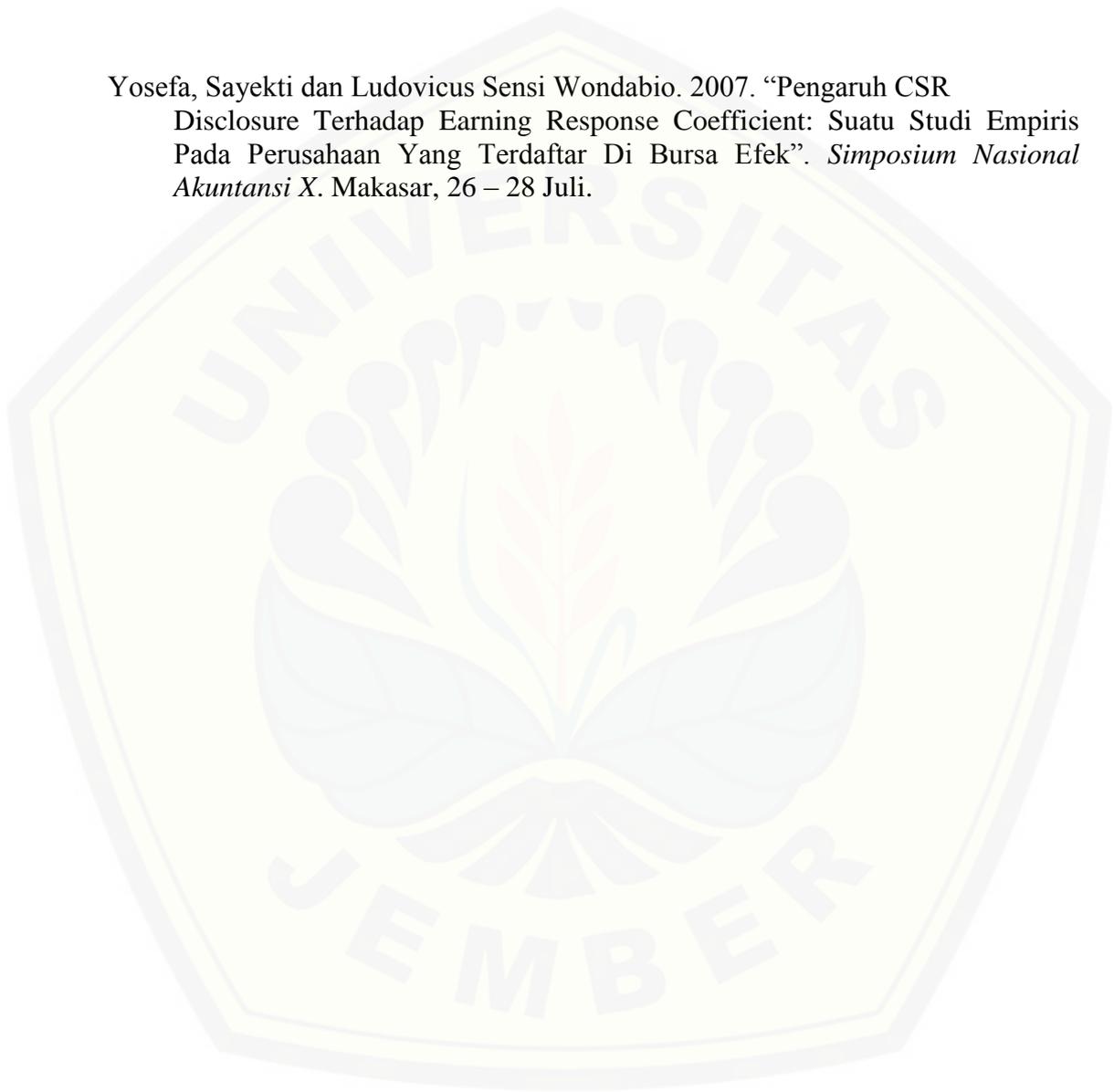
Rahayu dan Asandimitra. 2014. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas, Kebijakan Dividen Dan Cash Holding Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Manufaktur. *Jurnal Ilmu Manajemen*. 2(2); 548-561.

- Rustiarini, N. W. 2012. Pengaruh Corporate Governance pada Hubungan Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi*. (Vol 2).
- Sari, Zulfia Eka. (2013). Pengaruh prfitabilitas, leverage, economic value added dan resiko sistematis terhadap nilai perusahaan (studi empiris pada perusahaan kategori LQ45 yang terdaftar di BEI). Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang : Padang.
- Saridewi. S. P, G. P. A. J. Susila dan F. Yudiaatmaja. 2016. Pengaruh Profitabilitas Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha*. (Vol 4).
- Sartono, A. 2010. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi. Edisi ke 4*. Yogyakarta: BPFE.
- Sembiring, E. R. 2005. Characteristics and corporate social responsibility disclosure: an empirical study of the listed company in jakarta stock exchange. *National Accounting Symposium*. 8(1): 379-395.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suharli, M. 2006. Studi Empiris terhadap Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan terhadap Perusahaan Go Public di Indonesia *Jurnal MAKSI*, Vol. 6(1); 23-41.
- Sukamulja, S. 2004. *Good Corporate Governance di Sektor Keuangan: Dampak Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Keuangan* . 8(1); 1-2.
- Tandelilin, E. 2010. *Analisis Investasi dan Manajemen Portofolio*. Edisi Pertama. Yogyakarta : Kanisius.
- Utami, V.F. 2017. *Pengaruh Kebijakan Dividen, Profitabilitas, Leverage, dan Size terhadap Nilai Perusahaan*. *Skripsi*. Jakarta (ID): Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Weston, F. J dan T. E. Copeland. 2010. *Manajemen Keuangan*. Edisi Kespuluh. Jakarta : Binarupa Aksara.

Wiagustini, N. L. P. 2013. *Manajemen Keuangan*. Denpasar: Udayana University Press.

Yosefa, Sayekti dan Ludovicus Sensi Wondabio. 2007. “Pengaruh CSR Disclosure Terhadap Earning Response Coefficient: Suatu Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek”. *Simposium Nasional Akuntansi X*. Makasar, 26 – 28 Juli.



Lampiran 1

Indikator Pengungkapan CSR Berdasarkan GRI G3

INDIKATOR KINERJA EKONOMI	
Kinerja Ekonomi	
EC 1	Nilai Ekonomi yang dihasilkan dan didistribusikan secara langsung, termasuk pendapatan, biaya operator, kompensasi kepada karyawan, donasi dan investasi ke masyarakat, laba ditahan dan pembayaran ke penyedia modal serta pemerintah
EC 2	Implikasi keuangan dan berbagai resiko dan peluang untuk segala aktivitas perusahaan dalam menghadapi perubahan iklim
EC 3	Daftar cakupan kewajiban perusahaan dalam perencanaan benefit yang sudah ditetapkan
EC 4	Bantuan finansial signifikan yang diperoleh dari pemerintah
Keberadaan Pasar	
EC 5	Parameter standar upah karyawan dijenjang awal dibandingkan dengan upah karyawan minimum yang berlaku pada lokasi operasi tertentu
EC 6	Kebijakan, penerapan dan pembagian pembelanjaan pada subkontraktor (mitra kerja) setempat yang ada di berbagai lokasi operasi
EC 7	Prosedur penerimaan tenaga kerja lokal dan proporsi manajemen senior yang diambil dari komunikasi setempat di beberapa lokasi operasi
Dampak Ekonomi Tidak Langsung	
EC 8	Pengembangan dan dampak dari investasi infrastruktur dan pelayanan yang disediakan terutama bagi kepentingan publik melalui perdagangan, jasa dan pelayanan ataupun yang sifatnya natura
EC 9	Pemahaman dan penjelasan atas dampak ekonomi secara tidak langsung termasuk luas dampaknya
INDIKATOR KINERJA EKONOMI	
Material	
EN 1	Material yang digunakan dan diklasifikasikan berdasarkan berat dan ukuran
EN 2	Presentase material bahan daur ulang yang digunakan
Energi	
EN 3	Pemakaian energi yang berasal dari sumber energi yang utama baik secara langsung maupun tidak langsung
EN 4	Pemakaian energi yang berasal dari sumber utama secara tidak langsung
EN 5	Energi yang berhasil dihemat berkat adanya efisiensi dan konserfasi yang lebih baik
EN 6	Inisiatif penyediaan produk dan jasa yang menggunakan energi efisien atau sumber gaya terbaru serta pengurangan penggunaan energi sebagai dampak dari inisiatif tersebut
EN 7	Inisiatif dalam hal pengurangan pemakaian energi secara tidak langsung dan pengurangan yang berhasil dilakukan
Air	
EN 8	Total pemakaian air dari sumbernya

EN 9	Pemakaian air yang memberi dampak cukup signifikan dari sumber mata air
EN 10	Presentase dan total jumlah air yang diadur ulang dan digunakan kembali
Keanekaragaman Hayati	
EN 11	Lokasi dan luas lahan yang dimiliki, disewakan, dikelola atau yang berdekatan dengan area yang dilindungi dan area dengan nilai keanekaragaman hayati yang tinggi diluar area yang dilindungi
EN 12	Deskripsi dampak signifikan yang ditimbulkan oleh aktivitas produk dan jasa pada keanekaragaman hayati ada diwilayah yang dilindungi serta area dengan nilai keanekaragaman hayati diluar wilayah yang dilindungi
EN 13	Habitat yang dilindungi atau dikembalikan kembali
EN 14	Strategi, aktivitas saat ini dan rencana masa depan untuk mengelola dampak terhadap keanekaragaman hayati
EN 15	Jumlah spesies yang termasuk dalam data konservasi nasional dan habitat di wilayah yang terkena dampak operasi, berdasarkan risiko kepunahan
Emisi, Effluent dan Limbah	
EN 16	Total emisi gas rumah kaca secara langsung dan tidak langsung yang diukur berdasarkan berat
EN 17	Emisi gas rumah kaca secara tidak langsung dan relevan yang diukur berdasarkan berat
EN 18	Inisiatif untuk mengurangi gas rumah kaca dan pengurangan yang berhasil dilakukan
EN 19	Emisi dan substansi perusak lapisan ozon yang diukur berdasarkan berat
EN 20	NO, SO dan emisi udara lain yang signifikan dan diklasifikasikan berdasarkan jenis dan berat
EN 21	Total air yang dibuang berdasar kualitas dan tujuan
EN 22	Total berat dari limbah yang diklasifikasikan berdasarkan jenis dan metode pembuangan
EN 23	Total biaya dan jumlah yang tumpah
EN 24	Berat dari limbah yang ditransportasikan, diimpor, diekspor atau diolah yang diklasifikasikan berbahaya berdasarkan Basel Convention Annex I, II, III, dan VIII, dan presentase limbah yang dikapalkan secara internasional
EN 25	Identitas, ukuran, status yang dilindungi dan nilai keanekaragaman hayati yang terkandung di dalam air dan habitat yang ada di sekitarnya secara signifikan terkena dampak akibat adanya laporan mengenai kebocoran dan pemborosan air yang dilakukan perusahaan
Produk dan Jasa	
EN 26	Inisiatif untuk mengurangi dampak buruk pada lingkungan yang diakibatkan oleh produk dan jasa dan memperluas dampak dari inisiatif tersebut

EN 27	Presentase dari produk yang terjual dan materi kemasan dikembalikan berdasarkan kategori
Kesesuaian	
EN 28	Nilai moneter dai denda dan jumlah biaya sanksi – sanksi akibat adanya pelanggaran terhadap peraturan dan hukum lingkungan hidup
Transportasi	
EN 29	Dampak signifikan terhadap lingkungan yang diakibatkan adanya EN 29 transportasi, benda lain dan materi yang digunakan perusahaan dalam operasinya dan para pegawainya
Keselarasan	
EN 30	Jumlah biaya untuk perlindungan lingkungan dan investasi berdasarkan jenis kegiatan
INDIKATOR PRAKTIK TENAGA KEJA DAN PEKERJAAN YANG LAYAK Pekerjaan	
LA 1	Komposisi tenaga kerja berdasarakan tipe pekerjaan, kontrak kerja dan Lokasi
LA 2	Jumlah total rata – rata turnover tenaga kerja berdasarkan kelompok usia, jenis kelamin dan area
LA 3	Benefit yang diberikan kepada pegawai tetap
Hubungan Tenaga Kerja Manajemen	
LA 4	Persentase pegawai yang dijamin oleh ketetapan hasil negoisasi yang dibuat secara kolektif
LA 5	Batas waktu minimum pemberitahuan yang terkait mengenai perubahan kebijakan operasional, termasuk mengenai apakah hal tersebut akan tercantum dalam perjanjian bersama
Kesehatan dan Keselamatan Kerja	
LA 6	Persentase total pegawai yang ada dalam struktur formal manajemen, yaitu komite keselamatan dan kesehatan kerja yang membantu yang mengawasi dan memberi arahan dalam program keselamatan dan kesehatan kerja
LA 7	Tingkat dan jumlah kecelakaan, penyakit karena jabatan, jumlah hari hilang dan tingkat absensi yang ada berdasarkan area
LA 8	Program pendidikan, pelatihan, pembimbingan, pencegahan dan pengendalian resiko diadakan untuk membantu pegawai, keluarga mereka dan lingkungan sekitar dalam menanggulangi penyakit serius
LA 9	Hal – hal mengenai keselamatan dan kesehatan kerja tercantum secara formal dan tertulis dalam sebuah perjanjian resmi serikat pekerja
Pendidikan dan Pelatihan	
LA 10	Jumlah waktu rata – rata untuk pelatihan setiap tahunnya, setiap pegawai berdasarkan kategori pegawai
LA 11	Program ketrampilan manajemen dan pendidikan jangka panjang yang mendukung kecakapan para pegawai dan membantu mereka untuk terus berkarya
LA 12	Persentase para pegawai yang menerima penilaian pegawai atas performa dan perkembangan mereka secara berkala

Keanekaragaman dan Kesempatan Setara	
LA 13	Komposisi badan tata kelola dan penjabaran pegawai berdasarkan kategori, jenis kelamin, usia, kelompok minoritas dan indikasi keanekaragaman lainnya
LA 14	Perbandingan upah standar antara pria dan wanita berdasarkan kategori pegawai
INDIKATOR KINERJA HAK ASASI MANUSIA	
Praktik Investasi dan Pengadaan	
HR 1	Persentase dan total jumlah perjanjian investasi yang ada dan mencakup pasal mengenai hak asasi manusia atau telah melalui evaluasi mengenai hak asasi manusia
HR 2	Persentase dari mitra kerja dan pemasok yang telah melalui proses seleksi berdasarkan prinsip – prinsip HAM yang telah dijalankan
HR 3	Total jumlah waktu pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur yang terkait dengan aspek HAM yang berhubungan dengan prosedur kerja, termasuk persentase pegawai yang dipilih
Non-Diskriminasi	
HR 4	Total jumlah kasus diskriminasi dan langkah penyelesaian masalah yang diambil
Kebebasan Berserikat dan Daya Tawar Kelompok	
HR 5	Prosedur kerja yang teridentifikasi dimana hak untuk melatih kebebasan berserikat dan perundingan bersama menjadi beresiko dan langkah yang diambil untuk mendukung hak kebebasan berserikat tersebut
Tenaga Kerja Anak	
HR 6	Prosedur kerja yang teridentifikasi memiliki resiko akan adanya pekerja anak dan langkah yang diambil untuk penghapusan pekerja anak
Pegawai Tetap dan Kontrak	
HR 7	Prosedur kerja yang teridentifikasi memiliki risiko akan adanya pegawai tetap dan kontrak, dan langkah yang diambil untuk penghapusan pegawai kontrak
Praktik Keselamatan	
HR 8	Persentase petugas keamanan yang dilatih sesuai dengan kebijakan atau prosedur perusahaan yang terkait dengan aspek HAM dan prosedur kerja
Hak Penduduk Asli	
HR 9	Total jumlah kasus pelanggaran yang berkaitan dengan hak masyarakat adat dan langkah yang diambil
INDIKATOR KINERJA KEMASYARAKATAN/SOSIAL	
Kemasyarakatan	
SO 1	Sifat dasar, cakupan dan keefektifan atas program dan kegiatan apapun yang menilai dan mengelola dampak operasi terhadap masyarakat, termasuk saat memasuki wilayah operasi selama beroperasi dan pasca operasi
Korupsi	

SO 2	Persentase dan total jumlah unit usaha yang dianalisis memiliki risiko terkait tindakan penyuapan dan korupsi
SO 3	Persentase jumlah pegawai yang dilatih dalam prosedur dan kebijakan perusahaan terkait penyuapan dan korupsi
SO 4	Langkah yang diambil dalam mengatasi kasus tindakan penyuapan dan korupsi
Kebijakan Publik	
SO 5	Deskripsi kebijakan umum dan kontribusi dalam pengembangan kebijakan umum dan prosedur melobi public
SO 6	Perolehan keuntungan secara finansial dan bentuk keuntungan lainnya yang diperoleh dari hasil kontribusi kepada partai politik, politisi dan instansi terkait oleh negara dimana perusahaan beroperasi
Perilaku anti Persaingan	
SO 7	Jumlah tindakan hokum terhadap pelanggaran ketentuan anti persaingan, anti trust , praktik monopoli dan sanksinya
Kepatuhan	
SO 8	Nilai moneter dari denda dan jumlah biaya sanksi – sanksi akibat pelanggaran hokum dan kebijakan
INDIKATOR KINERJA TANGGUNG JAWAB PRODUK	
Keselamatan dan kesehatan konsumen	
PR 1	Proses dan tahapan kerja dalam mempertahankan kesehatan dan keselamatan konsumen dalam penggunaan produk atau jasa yang dievaluasi untuk perbaikan dan persentase dari kategori
PR 2	Jumlah total kasus pelanggaran kebijakan dan mekanisme kepatuhan yang terkait dengan kesehatan dan keselamatan konsumen dalam keseluruhan proses, diukur berdasarkan hasil akhirnya
Pemasangan Label bagi Produk dan Jasa	
PR 3	Jenis informasi produk dan jasa yang dibutuhkan dalam prosedur kerja, dan persentase produk dan jasa yang terkait dalam prosedur tersebut
PR 4	Jumlah total kasus pelanggaran kebijakan dan mekanisme kepatuhan yang terkait dengan informasi produk dan jasa dan pelabelan, diukur berdasarkan hasil akhirnya
PR 5	Praktik – praktik yang terkait dengan kepuasan konsumen, termasuk hasil survey evaluasi kepuasan konsumen
PR 6	Program – program yang mendukung adanya standar hokum dan mekanisme kepatuhan terkait dengan komunikasi penjualan, termasuk iklan, promosi dan bentuk kerjasama, diukur berdasarkan hasil akhirnya
PR 7	Jumlah total kasus pelanggaran kebijakan dan mekanisme kepatuhan yang terkait dengan komunikasi penjualan, termasuk iklan, promosi dan bentuk kerjasama, diukur berdasarkan hasil akhirnya
Privasi Konsumen	
PR 8	Jumlah total pengaduan yang tervalidasi yang berkaitan dengan pelanggaran privasi konsumen dan data konsumen yang hilang
Kesesuaian	

PR 9	Nilai moneter dari denda dan jumlah biaya sanksi – sanksi akibat pelanggaran hukum dan kebijakan yang terkait dengan pengadaan dan penggunaan produk dan jasa
------	---

Sumber : GRI (Global Reporting Intiative) G3



Lampiran 2**Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman Tahun 2013 – 2017**

No	Kode Emiten	Nama Perusahaan	Tanggal Terdaftar di BEI
1	AISA	Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk, PT	11 Juni 1997
2	ALTO	Tri Banyan Tirta Tbk, PT	10 Juli 2012
3	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk, PT (d.h Cahaya Kalbar Tbk, PT)	9 Juli 1996
4	DLTA	Delta Djakarta Tbk, PT	12 Februari 1984
5	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk, PT	7 Oktober 2010
6	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk, PT	14 Juli 1994
7	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk, PT	17 Januari 1994
8	MYOR	Mayora Indah Tbk, PT	4 Juli 1990
9	PSDN	Prashida Aneka Niaga Tbk, PT	18 Oktober 1994
10	ROTI	Nippon Indosari Corporindo Tbk, PT	28 Juni 2010
11	SKBM	Sekar Bumi Tbk, PT	5 Januari 1993 Relisting: 28 September 2002
12	SKLT	Sekar Laut Tbk, PT	8 September 1993
13	STTP	Siantar Top Tbk, PT	16 Desember 1996
14	ULTJ	Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk, PT	2 Juli 1990

Lampiran 3

a. Profitabilitas

KODE	TAHUN	LABA BERSIH	TOTAL ASET	ROA
AISA	2013	346728000000	5020824000000	0.07
	2014	378134000000	7371846000000	0.05
	2015	373750000000	9060979000000	0.04
	2016	719228000000	9254539000000	0.08
	2017	-846809000000	8724734000000	-0.10
ALTO	2013	140000000000	1502000000000	0.01
	2014	100000000000	1236000000000	0.01
	2015	240000000000	1180000000000	0.02
	2016	260000000000	1165000000000	0.02
	2017	620000000000	1109000000000	0.06
CEKA	2013	910000000000	1069000000000	0.09
	2014	410000000000	1284000000000	0.03
	2015	1680000000000	1486000000000	0.11
	2016	249697000000	1425964000000	0.18
	2017	107421000000	1392636000000	0.08
DLTA	2013	264451000000	867041000000	0.31
	2014	282174000000	991947000000	0.28
	2015	192045000000	1038322000000	0.18
	2016	254509000000	1197797000000	0.21
	2017	279773000000	1340843000000	0.21
ICBP	2013	2235040000000	2128747000000	0.10
	2014	2531700000000	2491000000000	0.10
	2015	2923100000000	2656000000000	0.11
	2016	3631300000000	2890190000000	0.13
	2017	3543200000000	3161950000000	0.11
INDF	2013	3416600000000	7809280000000	0.04
	2014	5146300000000	8593890000000	0.06
	2015	3709500000000	9183150000000	0.04
	2016	5266900000000	8217450000000	0.06
	2017	5145100000000	8793950000000	0.06
MLBI	2013	1171229000000	1782148000000	0.66
	2014	794883000000	2231051000000	0.36
	2015	496909000000	2100853000000	0.24

	2016	982129000000	2275038000000	0.43
	2017	1322067000000	2510078000000	0.53
MYOR	2013	1013558000000	9710223000000	0.10
	2014	409825000000	10291108000000	0.04
	2015	1250233000000	11342716000000	0.11
	2016	1388676000000	12922422000000	0.11
	2017	1630954000000	14915850000000	0.11
PSDN	2013	213220000000	681832000000	0.03
	2014	281750000000	620929000000	0.05
	2015	426200000000	620399000000	0.07
	2016	366620000000	653797000000	0.06
	2017	321510000000	690980000000	0.05
ROTI	2013	158015000000	1822689000000	0.09
	2014	188577000000	2142894000000	0.09
	2015	270538000000	2706324000000	0.10
	2016	279777000000	2919641000000	0.10
	2017	135364000000	4559574000000	0.03
SKBM	2013	582660000000	497652000000	0.12
	2014	891150000000	649534000000	0.14
	2015	401500000000	764484000000	0.05
	2016	225450000000	1001657000000	0.02
	2017	258800000000	1623027000000	0.02
SKLT	2013	114400000000	301989000000	0.04
	2014	169000000000	336000000000	0.05
	2015	200000000000	377000000000	0.05
	2016	200000000000	568000000000	0.04
	2017	230000000000	636000000000	0.04
STTP	2013	114437000000	1470059000000	0.08
	2014	123465000000	1700204000000	0.07
	2015	185705000000	1919568000000	0.10
	2016	174177000000	2336411000000	0.07
	2017	2216024000000	2342432000000	0.95
ULTJ	2013	325127000000	2811621000000	0.12
	2014	283361000000	2917084000000	0.10
	2015	523101000000	3539997000000	0.15
	2016	709826000000	4239200000000	0.17

	2017	711681000000	5186940000000	0.14
--	------	--------------	---------------	------



Lampiran 4

b. *Leverage*

KODE	TAHUN	TOTAL UTANG	MODAL SENDIRI	DER
AISA	2013	2664051000000	2356773000000	1.13
	2014	3779017000000	3592829000000	1.05
	2015	5094072000000	3966907000000	1.28
	2016	4990139000000	4264400000000	1.17
	2017	5319855000000	3404879000000	1.56
ALTO	2013	960189991593	542329398166	1.77
	2014	706000000000	532000000000	1.33
	2015	673000000000	506000000000	1.33
	2016	684000000000	480000000000	1.43
	2017	690000000000	419000000000	1.65
CEKA	2013	541000000000	528000000000	1.02
	2014	747000000000	538000000000	1.39
	2015	846000000000	640000000000	1.32
	2016	538044000000	887920000000	0.61
	2017	489592000000	903044000000	0.54
DLTA	2013	190483000000	676558000000	0.28
	2014	227474000000	764473000000	0.30
	2015	188700000000	849621000000	0.22
	2016	185423000000	1012374000000	0.18
	2017	196197000000	1144645000000	0.17
ICBP	2013	8001739000000	13265731000000	0.60
	2014	9870000000000	15040000000000	0.66
	2015	10174000000000	16387000000000	0.62
	2016	10401000000000	18501000000000	0.56
	2017	11295000000000	20324000000000	0.56
INDF	2013	39720000000000	38373000000000	1.04
	2014	44710000000000	41228000000000	1.08
	2015	48710000000000	43122000000000	1.13
	2016	38233000000000	43941000000000	0.87
	2017	41183000000000	46757000000000	0.88
MLBI	2013	794615000000	987533000000	0.80
	2014	1677254000000	553797000000	3.03
	2015	1334373000000	766480000000	1.74

	2016	1454398000000	820640000000	1.77
	2017	1445173000000	1064905000000	1.36
MYOR	2013	5816323000000	3893900000000	1.49
	2014	6910553000000	4100555000000	1.69
	2015	6148256000000	5194460000000	1.18
	2016	6657166000000	6265256000000	1.06
	2017	7561503000000	7354346000000	1.03
PSDN	2013	2642320000000	4176000000000	0.63
	2014	2423540000000	3785750000000	0.64
	2015	2960800000000	3243190000000	0.91
	2016	3735120000000	2802850000000	1.33
	2017	3914950000000	2994850000000	1.31
ROTI	2013	1035351000000	7873380000000	1.32
	2014	1182772000000	9601220000000	1.23
	2015	1517789000000	1188535000000	1.28
	2016	1476889000000	1442752000000	1.02
	2017	1739468000000	2820106000000	0.62
SKBM	2013	2965000000000	2011000000000	1.47
	2014	3316000000000	3179000000000	1.04
	2015	4203000000000	3441000000000	1.22
	2016	6332700000000	3683900000000	1.72
	2017	5997900000000	1023400000000	0.59
SKLT	2013	1623000000000	1397000000000	1.16
	2014	1782000000000	1534000000000	1.16
	2015	2251000000000	1523000000000	1.48
	2016	2721000000000	2962000000000	0.92
	2017	3287000000000	3076000000000	1.07
STTP	2013	775931000000	694128000000	1.12
	2014	882610000000	817594000000	1.08
	2015	910759000000	1008809000000	0.90
	2016	116869500000	1168512000000	0.10
	2017	957660000000	1384772000000	0.69
ULTJ	2013	796476000000	2015145000000	0.40
	2014	651987000000	2265097000000	0.29
	2015	742490000000	2797507000000	0.27
	2016	749966000000	3489234000000	0.21

	2017	978185000000	4208755000000	0.23
--	------	--------------	---------------	------



Lampiran 5

c. CSR

KODE	Tahun	Total CSR	Item CSR	CSR
AISA	2013	26	79	0.33
	2014	26	79	0.33
	2015	26	79	0.33
	2016	29	79	0.37
	2017	29	79	0.37
ALTO	2013	23	79	0.29
	2014	23	79	0.29
	2015	25	79	0.32
	2016	25	79	0.32
	2017	27	79	0.34
CEKA	2013	24	79	0.30
	2014	24	79	0.30
	2015	25	79	0.32
	2016	27	79	0.34
	2017	25	79	0.32
DLTA	2013	28	79	0.35
	2014	31	79	0.39
	2015	35	79	0.44
	2016	40	79	0.51
	2017	42	79	0.53
ICBP	2013	33	79	0.42
	2014	34	79	0.43
	2015	34	79	0.43
	2016	39	79	0.49
	2017	39	79	0.49
INDF	2013	38	79	0.48
	2014	37	79	0.47
	2015	39	79	0.49
	2016	38	79	0.48
	2017	39	79	0.49
MLBI	2013	31	79	0.39
	2014	31	79	0.39
	2015	33	79	0.42

	2016	33	79	0.42
	2017	33	79	0.42
MYOR	2013	28	79	0.35
	2014	34	79	0.43
	2015	36	79	0.46
	2016	36	79	0.46
	2017	36	79	0.46
PSDN	2013	25	79	0.32
	2014	25	79	0.32
	2015	25	79	0.32
	2016	20	79	0.25
	2017	20	79	0.25
ROTI	2013	38	79	0.48
	2014	40	79	0.51
	2015	38	79	0.48
	2016	40	79	0.51
	2017	40	79	0.51
SKBM	2013	22	79	0.28
	2014	22	79	0.28
	2015	22	79	0.28
	2016	20	79	0.25
	2017	20	79	0.25
SKLT	2013	28	79	0.35
	2014	28	79	0.35
	2015	22	79	0.28
	2016	31	79	0.39
	2017	35	79	0.44
STTP	2013	25	79	0.32
	2014	25	79	0.32
	2015	25	79	0.32
	2016	27	79	0.34
	2017	27	79	0.34
ULTJ	2013	24	79	0.30
	2014	24	79	0.30
	2015	24	79	0.30
	2016	25	79	0.32

	2017	25	79	0.32
--	------	----	----	------



Lampiran 6

d. Nilai Perusahaan

KODE	TAHUN	HARGA SAHAM	EPS	PER
AISA	2013	1430	106.08	13.48
	2014	2095	110.61	18.94
	2015	1210	100.49	12.04
	2016	1945	184.39	10.55
	2017	476	-171.47	-2.78
ALTO	2013	570	20	28.50
	2014	458	19	24.11
	2015	425	21	20.24
	2016	467	27	17.30
	2017	430	31	13.87
CEKA	2013	1660	219	7.58
	2014	1500	138	10.87
	2015	675	179	3.77
	2016	1350	420	3.21
	2017	1290	181	7.13
DLTA	2013	380000	16515	23.01
	2014	390000	17621	22.13
	2015	5200	238	21.85
	2016	5000	317	15.77
	2017	5000	349	14.33
ICBP	2013	10200	382	26.70
	2014	13100	447	29.31
	2015	13475	515	26.17
	2016	8575	309	27.75
	2017	8900	326	27.30
INDF	2013	6600	285	23.16
	2014	6750	442	15.27
	2015	5175	338	15.31
	2016	7925	472	16.79
	2017	7625	475	16.05
MLBI	2013	1200000	55576	21.59
	2014	1273800	377000	3.38
	2015	8650	336	25.74

	2016	11750	466	25.21
	2017	14033	627	22.38
MYOR	2013	26000	1115	23.32
	2014	20900	1120	18.66
	2015	30500	1364	22.36
	2016	1645	61	26.97
	2017	2020	71	28.45
PSDN	2013	150	6	25.00
	2014	143	-21	-6.81
	2015	122	-32.66	-3.74
	2016	122	-32	-3.81
	2017	256	15	17.07
ROTI	2013	1020	35.22	28.96
	2014	1385	47.26	29.31
	2015	1265	53.45	23.67
	2016	1600	55.31	28.93
	2017	1275	50	25.50
SKBM	2013	480	67	7.16
	2014	970	82	11.83
	2015	945	44.48	21.25
	2016	640	30.43	21.03
	2017	715	28	25.54
SKLT	2013	180	16.56	10.87
	2014	300	23.9	12.55
	2015	370	29.6	12.50
	2016	308	30	10.27
	2017	1100	37.6	29.26
STTP	2013	1550	87.54	17.71
	2014	2880	97.38	29.57
	2015	3015	141.76	21.27
	2016	3190	132.96	23.99
	2017	4360	165.16	26.40
ULTJ	2013	4500	213	21.13
	2014	3720	127	29.29
	2015	3945	180	21.92
	2016	4570	243	18.81

	2017	1295	61	21.23
--	------	------	----	-------



Lampiran 7**Analisis Deskriptif Statistik Variabel dan Uji Normalitas Data**

a. Analisis Deskriptif Statistik

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PER	70	-6.81	29.57	18.3633	8.99822
ROA	70	-.10	.95	.1233	.15489
DER	70	.10	3.03	1.0041	.51303
CSR	70	.25	.53	.3749	.08005
Valid N (listwise)	70				

b. Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		PER	ROA	DER	CSR
N		70	70	70	70
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	18.3633	.1233	1.0041	.3749
	Std. Deviation	8.99822	.15489	.51303	.08005
Most Extreme Differences	Absolute	.145	.266	.098	.165
	Positive	.106	.266	.063	.165
	Negative	-.145	-.218	-.098	-.099
Test Statistic		.145	.266	.098	.165
Asymp. Sig. (2-tailed)		.001 ^c	.000 ^c	.092 ^c	.000 ^c

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Zscore: PER	Zscore: ROA	DER	Zscore: CSR
N		70	70	70	70
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	.0000000	1.0041	.0000000
	Std. Deviation	1.0000000	1.0000000	.51303	1.0000000
Most Extreme Differences	Absolute	.145	.266	.098	.165
	Positive	.106	.266	.063	.165
	Negative	-.145	-.218	-.098	-.099
Test Statistic		.145	.266	.098	.165
Asymp. Sig. (2-tailed)		.001 ^c	.000 ^c	.092 ^c	.000 ^c

Lampiran 8

Analisis Regresi Linier Berganda

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Zscore: CSR, Zscore: ROA, DER ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Zscore: PER

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.399 ^a	.159	.121	.93777507

a. Predictors: (Constant), Zscore: CSR, Zscore: ROA, DER

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10.958	3	3.653	4.154	.009 ^b
	Residual	58.042	66	.879		
	Total	69.000	69			

a. Dependent Variable: Zscore: PER

b. Predictors: (Constant), Zscore: CSR, Zscore: ROA, DER

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.317	.250		1.270	.208
	Zscore: ROA	.118	.114	.118	1.037	.303
	DER	-.316	.222	-.162	-1.422	.160
	Zscore: CSR	.309	.114	.309	2.699	.009

a. Dependent Variable: Zscore: PER

Lampiran 9

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.317	.250		1.270	.208		
	Zscore: ROA	.118	.114	.118	1.037	.303	.983	1.017
	DER	-.316	.222	-.162	-1.422	.160	.981	1.020
	Zscore: CSR	.309	.114	.309	2.699	.009	.975	1.026

a. Dependent Variable: Zscore: PER

b. Uji Heteroskedasitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.661	.143		4.621	.000
	Zscore: ROA	-.121	.065	-.221	-1.859	.067
	DER	.068	.127	.064	.536	.594
	Zscore: CSR	-.083	.065	-.150	-1.263	.211

a. Dependent Variable: ABS_RES

c. Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.399 ^a	.159	.121	.93777507	1.213

a. Predictors: (Constant), Zscore: CSR, Zscore: ROA, DER

b. Dependent Variable: Zscore: PER

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.344 ^a	.119	.078	7.77420	1.839

a. Predictors: (Constant), Lag_X3, Lag_X1, Lag_X2

b. Dependent Variable: Lag_Y