

## PENGARUH PROFITABILITAS, *LEVERAGE* DAN UKURAN PERUSAHAAN PADA NILAI PERUSAHAAN MELALUI PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL

I Wayan Armadi<sup>1</sup>  
Ida Bagus Putra Astika<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana(Unud), Bali, Indonesia  
e-mail:armadiwayan@yahoo.co.id/ Tlp.+681805391331

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana(Unud), Bali, Indonesia

### ABSTRAK

Setiap investor dalam memutuskan untuk dapat berinvestasi di pasar modal memerlukan informasi mengenai laporan keuangan. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti empiris pengaruh profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan terhadap *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan, sehingga dilakukan pengumpulan data dengan metode dokumentasi terhadap 17 sampel perusahaan *Food and Beverage* di Bursa Efek Indonesia. Dengan menggunakan analisis data regresi linier berganda dengan didapat hasilnya bahwa profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif, sedangkan *Leverage* berpengaruh negatif pada nilai perusahaan.

**Kata kunci:** BEI, CSR, dan profitabilitas

### ABSTRACT

*Each investor in deciding to invest in the capital market requires information about the company's financial reports such as profitability, leverage, company size, corporate social responsibility and corporate value. This research using Food and Beverage companies on the Stock Exchange period 2011-2013. Samples were taken deliberately so as much as 17 used as a sample. With a simple linear regression analysis obtained results of this study as follows, profitability and company size have positive significant impact, and leverage has negative significant impact on the corporate value and CSR disclosed.*

**Keywords:** BEI, CSR, and profitability

### PENDAHULUAN

Peningkatan pertumbuhan perusahaan di bidang ekonomi tidak terlepas dari para pemilik modal yang menanamkan modalnya diperusahaan. Perusahaan sebaiknya memperhatikan para *stakeholder* dalam kegiatan bisnis yang dilakukan. *Stakeholders* dalam hal ini yaitu karyawan, masyarakat, pemerintah, dan pelanggan. Untuk menjaga keselarasan antar sesama maka perlu dilakukan *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR memiliki arti yaitu wujud nyata kegiatan-kegiatan yang dilakukan perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan

tersebut secara berkala dan terus-menerus (Lily, 2010). Perusahaan hendaknya melakukan tanggung jawab sosial secara teratur agar timbal balik yang yang didapatkan selaras.

Munculnya wacana CSR dipasar negara berkembang saat ini didorong oleh faktor eksternal dan internal diantaranya masyarakat dan lingkungan. Tanggung jawab sosial baik dilakukan bagi perusahaan dimana untuk menumbuhkan rasa percaya kepada masyarakat dan investor khususnya. Kegiatan – kegiatan sosial yang akan dilakukan pastinya akan berdampak kepada perusahaan baik sekarang dan nanti pada masa yang yang akan datang. Kedepannya perusahaan seharusnya memikirkan kepuasan kepada msyarakat dan tidak hanya mementingkan keuntungan semata (Lily, 2010). Kegiatan sosial juga akan membawa nama perusahaan dapat menjadi terkenal dan diingat oleh masyarakat luas nantinya. Berdasarkan dengan keterkaitan CSR sebagai wujud perusahaan dalam mencapai tujuannya, maka CSR berkaitan erat dengan pembangunan perusahaan secara berkelanjutan.

Perusahaan harus bisa mengendalikan setiap karyawannya dalam melakukan pekerjaannya dan bisa mengatasi masalah dalam pekerjaan yang akan dihadapi nantinya. Sebuah persentase akan kepemilikan manajemen berpengaruh pada kebijakan perusahaan dalam mengungkapkan *information* (Lily, 2010). Kondisi ekonomi yang berubah juga akan membawa dampak besar bagi kenierja perusahaan. Apalagi jika perubahan ekonomi yang besar tentunya perusahaan akan kelabakan dalam mengendalikan dan mengontrol jalanya kegiatan perusahaan. Kebijakan yang berubah dan sistem pun berubah, ini berakibat akan

membawa perubahan pada kinerja perusahaan. Dengan adanya berbagai perusahaan luar masuk ke dalam pasar dalam negeri ini berakibat perusahaan dalam negeri untuk semakin memperbaiki *value* dan *performance* untuk dapat mengatasi adanya persaingan yang kuat (Melia, 2008).

Dalam mencapai tujuan perusahaan perlu adanya sinergi antara hubungan timbal balik antara perusahaan dengan masyarakat, karyawan dan investor tentunya. Aktivitas yang bisa dilakukan dengan cara berinteraksi dengan lingkungan sebab lingkungan memberikan kontribusi bagi perusahaan dan kesejahteraan sosial. Perusahaan yang mengadopsi strategi lingkungan dan memanfaatkan kemampuan hijau bisa mendapatkan keuntungan yang kompetitif. Masyarakat juga berharap kepada perusahaan untuk bisa mengerti pentingnya saling menghargai dan membutuhkan sama lain (Melia, 2008). Maka dari itu sama - sama harus dapat memanfaatkan dan mengelola sumber daya lingkungan untuk menciptakan keunggulan kompetitif (Mafizatun, 2013). Ada hal-hal yang mempengaruhi perusahaan baik secara langsung ataupun tidak langsung, seperti para *stakeholders* (karyawan, masyarakat dan investor).

Dewasa ini banyak perusahaan sengaja mengkomunikasikan bagaimana mereka mengintegrasikan keberlanjutan dalam praktek bisnis mereka dan fungsi pemasaran merupakan pusat kemampuan mereka untuk melakukannya. Perusahaan yang menerapkan CSR dan berlandaskan kesadaran sendiri akan memberikan dampak positif bagi keberlangsungan perusahaan. Dengan melakukan aktivitas – aktivitas berkaitan dengan tanggung jawab sosial bagi perusahaan akan berdampak baik bagi citra perusahaan. Perusahaan menerapkan

CSR yang berbasis sadar lingkungan, maka dapat memperkuat *corporate image* perusahaan tersebut. Perlindungan terhadap lingkungan sangat berperan dalam pengembangan citra perusahaan (Mafizatun, 2013).

Setiap perusahaan tidak harus hanya memperhatikan keuntungan materi bagi perusahaan saja. Setidaknya perusahaan harus memberi timbal balik juga bagi eksternal perusahaan baik kepada masyarakat dan juga lingkungan perusahaan tersebut beroperasi. Atas keterkaitan tersebut dapat dijelaskan berdasarkan dari teori signal. Teori signal sendiri memberi penjelasan dimana perusahaan hendaknya melakukan hubungan timbal balik kepada pihak eksternal perusahaan secara merata dan baik, sehingga manfaat yang didapat dapat dirasakan juga secara bersama-sama (Mafizatun, 2013). Dimana teori signal menjelaskan akan pentingnya sebuah informasi yang merata antar atasan dan bawahan pada suatu perusahaan. Informasi yang merata akan membawa keselarasan dalam bekerja karena dengan mendapatkan informasi yang sama maka karyawan dan masyarakat tidak akan salah paham nantinya satu sama lainnya.

Perkembangan budaya yang semakin modern juga membawa pengaruh besar kedalam setiap individu-individu. Kaitannya ini nantinya berpengaruh ke proses saling kerjasama antar individu. *Signaling Theory* menjelaskan bahwa terjadinya komunikasi yang baik akan menimbulkan kinerja yang baik. Artinya individu satu dengan lainnya saling mengerti dan saling mendukung agar dalam melaksanakan pekerjaan bisa efektif dan berjalan sesuai harapan. *Signaling Theory* sendiri menyatakan dimana sebuah informasi perusahaan hendaknya juga

dapat diberitakan kepada pihak eksternal seperti pemberitahuan laporan keuangan sehingga terjadi asimetri informasi antara perusahaan dan masyarakat. Hal terpenting dalam teori ini adalah keselarasan informasi yang disampaikan dan yang diterima agar informasi yang disampaikan dapat dipastikan suatu kebenarannya (Melia, 2008). Dalam hal ini manajemen mempunyai peranan penting dalam menghubungkan antar atasan dan bawahan dalam memberikan suatu informasi baik yang bersifat intern dan eksternal perusahaan.

Manajer memahami isu-isu lingkungan tergantung pada permintaan dari berbagai kebutuhan *stakeholders*. Perusahaan harus bisa memahami setiap aktivitas sosial yang dilakukan karena dampak dari kegiatan tersebut akan mempengaruhi kegiatan selanjutnya perusahaan. Atas dasar teori mengenai *stakeholders* yaitu berdasarkan teori *stakeholders* secara keseluruhan menjelaskan terdapat banyak aliran yang menekankan unsur-unsur yang berbeda dari manajemen *stakeholders*, yang masing-masing mempengaruhi alam identifikasi pemangku kepentingan. Perusahaan menjalankan CSR untuk mempertahankan reputasi mereka. Keberadaan perusahaan yang ditujukan untuk meningkatkan nilai bagi *shareholders*, seperti meningkatkan keuntungan, harga saham, pembayaran dividen, dan lainnya (Melia, 2008). Keuntungan juga merupakan salah satu tujuan utama setiap perusahaan karena keuntungan tersebut merupakan penghasilan yang dapat digunakan untuk keberlangsungan masa depan perusahaan. Keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan harus bisa dikelola secara baik. Salah satunya menganggarkan beberapa keuntungannya yang diperoleh untuk kepentingan sosial. Dalam hal ini perusahaan harus

memperhatikan lingkungan sekitar dan juga masyarakat sekitar. Masyarakat adalah bagian *stakeholders* yang memiliki pengaruh besar terhadap keberadaan perusahaan. Jika perusahaan bisa melakukan kegiatan sosial maka merupakan nilai lebih dimata masyarakat (Hilmi, 2008). Apabila perusahaan terus-menerus memperhatikan kegiatan sosial maka perusahaan akan dapat mencapai perkembangan serta pembangunan berkelanjutan. Hal ini disebabkan karena citra perusahaan dimata masyarakat positif maka masyarakat akan peduli juga terhadap keberlangsungan perusahaan kedepanya.

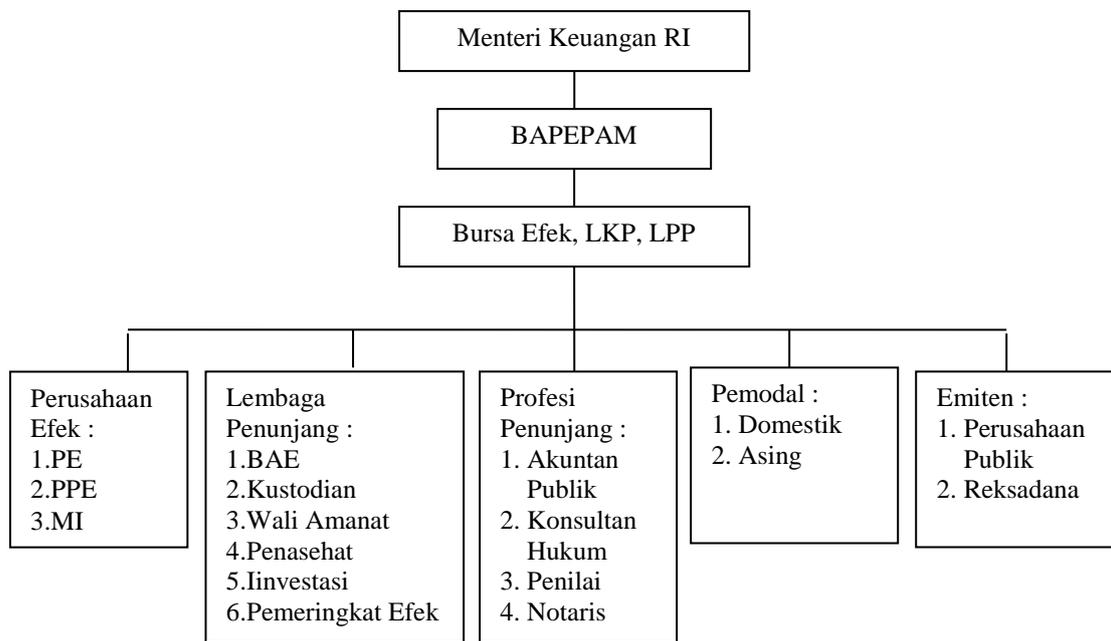
Pasar modal mulai diperkenalkan di Indonesia jauh sebelum jaman kemerdekaan yaitu pada saat masih dijajah oleh Belanda. Pasar modal di Indonesia pertama kali didirikan tahun 1912, oleh Pemerintah Hindia Belanda di Jakarta yang pada saat itu masih bernama *Batavia*. Pasar modal saat itu masih dibentuk untuk kepentingan Pemerintah Belanda, ini berarti bahwa saham yang diperdagangkan adalah milik dari perusahaan asing/luar. Perkembangan pasar modal ini sangat cepat dan penuh persaingan antar pedagang. Pada saat orde lama yaitu antara tahun 1952-1960 diterbitkan UU no. 15 tahun 1952 yang memantapkan tentang keberadaan bursa efek tersebut. Secara resmi bursa Efek Jakarta kembali dibuka pada tanggal 3 Juni 1952. Dibukanya kembali bursa efek ini tidak lain bertujuan untuk menampung obligasi pemerintah yang telah dikeluarkan sebelumnya. Selanjutnya pada tahun 1977-1988 yang umum disebut periode orde baru, Bursa Efek Jakarta dikatakan lahir kembali hal ini ditandai dengan terbitnya keputusan presiden No. 52 tahun 1976 yang didalamnya menetapkan pendirian Badan Pembina Pasar Modal, pembentukan Badan

Pelaksana Pasar Modal (Bapepam) dan PT. Danareksa. Tanggal 10 Agustus diperingati sebagai HUT Pasar Modal, karena pada tanggal 1 Agustus 1977 Presiden Soeharto meresmikan kembali Bursa Efek Jakarta. PT. Semen Cibinong tercatat sebagai emiten pertama yang tercatat di Bursa Efek Jakarta.

Tahun 1988-1995, tahun ini disebut kebangkitan pasar modal. Kebangkitan pasar modal ini ditandai dengan makin bertambahnya jumlah emiten yang terdaftar di BEJ. Bursa Efek Surabaya juga diaktifkan kembali yaitu tanggal 16 Juni 1989. Sampai akhir tahun 1996 tercatat 208 emiten yang tercatat di BEJ. Mulai tahun 1995 dikenal sistem otomatisasi hal ini dikarenakan kegiatan transaksi manual sudah melebihi kapasitas. Sistem otomatisasi ini mulai beroperasi tanggal 22 Mei 1995 yang diberi nama JATS (*Jakarta Automated Trading System*) demikian juga di Bursa Efek Surabaya diterapkan sistem otomatisasi dengan nama S-MART.

Pada Agustus 1997 Indonesia mulai dilanda krisis moneter, ditandai dengan penurunan nilai mata uang negara-negara di Asia terhadap dolar amerika. Penurunan nilai mata uang negara kita disebabkan menurunnya kepercayaan masyarakat terhadap nilai mata uang negaranya sendiri dan tentunya rapuhnya pondasi perekonomian Indonesia. Akibat dari krisis ini, pemerintah mulai menerapkan aturan baru untuk mendongkrak kelesuan permintaan sekuritas yaitu dengan mencabut peraturan pembatasan 49 % kepemilikan asing. Namun hal ini tidak serta merta dapat meningkatkan permintaan sekuritas di pasar modal karena Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) terus mengalami penurunan hingga akhir bulan September 1997. Kondisi perekonomian yang bergejolak ini juga ditandai

dengan dilikuidasinya 16 bank swasta nasional, namun tetap tidak membantu mendorong gairah pasar saham. Sekarang ini lebih dikenal dengan Brsa Efek Indonesia (BEI). Untuk membuat bursa efek ini menjadi lebih baik lagi maka disusun struktur kerja. Berikut merupakan penyajian struktur pasar modal dibawah ini.



**Gambar 1. Struktur Pasar Modal**

*Sumber:* data diolah, 2015

Pentingnya peran tanggung jawab sosial dalam membangun perusahaan secara berkelanjutan saat ini dirasakan penting oleh pelaku bisnis dan pendidik. Pernyataan (Mafizatun, 2013) yang mengatakan bahwa ada minat yang tumbuh antara akademis dan pelaku bisnis dalam membangun perusahaan secara berkelanjutan dengan menerapkan sistem CSR didalam suatu perusahaan. Selama dekade terakhir atau bahkan lebih CSR menjadi bagian yang tidak terpisahkan dengan praktik bisnis.

Begitu banyak perusahaan mendedikasikan sebuah bagian laporan tahunan mereka dan situs web perusahaan untuk kegiatan CSR untuk menggambarkan pentingnya melampirkan kegiatan CSR yang telah dilakukan. CSR sebagai tolak ukur rasa percaya bagi masyarakat pada perusahaan serta sebagai aksi nyata perusahaan akan tanggung jawab secara sosial di masyarakat. Jika pelaksanaan tanggung jawab sosial yang baik perusahaan akan mendapatkan suatu penghargaan tersendiri yaitu berupa nama baik dimata investor khususnya dan masyarakat pada umumnya.

Penelitian-penelitian sebelumnya yang dilakukan Melia (2008), dan (Sutrisna, 2009) menemukan tingkat *leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap CSR dan (Mafizaton, 2013) menemukan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)*, sehingga dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut.

H<sub>1</sub> : Profitabilitas berpengaruh positif pada *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Setiawati, dkk. (2013) menyatakan *leverage* tidak berpengaruh signifikan pada pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada Industri Perbankan di Indonesia. Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa *leverage* mempunyai pengaruh negatif terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)*, sehingga dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H<sub>2</sub> : *Leverage* berpengaruh negatif pada *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Mafizatun (2013) dan Setiawati, dkk. (2013) dalam penelitiannya mengenai ukuran perusahaan memperoleh hasil yaitu ukuran perusahaan berpengaruh signifikan pada pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan manufaktur di BEI. Maka hipotesis sementara yang dapat disimpulkan sebagai berikut.

H<sub>3</sub> : Ukuran perusahaan berpengaruh positif pada *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Penelitian dari Hilmi (2008) mengemukakan tanggungjawab sosial berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Artinya CSR tidak memiliki pengaruh yang besar pada nilai perusahaan, sehingga menurut penelitian Hilmi (2008) CSR tidak begitu penting dan tidak mempengaruhi suatu kegiatan perusahaan. Atas dasar penelitian tersebut didapat hipotesis sebagai berikut.

H<sub>4</sub> : CSR berpengaruh negatif pada nilai perusahaan.

Untuk penelitian mengenai profitabilitas dari Karini (2009) Alfredo (2011) menyatakan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya tingkat keuntungan memberi peranan besar bagi perusahaan karena dengan begitu perusahaan akan mendapatkan citra yang baik. Hal ini berakibat pada naiknya harga saham dari perusahaan bersangkutan. Atas dasar penelitian tersebut didapat hipotesis sebagai berikut.

H<sub>5</sub> : Profitabilitas berpengaruh positif pada nilai perusahaan.

Penelitian mengenai *leverage* Alfredo (2011) menyatakan *leverage* berpengaruh negatif pada nilai perusahaan. Artinya tingkat hutang yang dimiliki perusahaan bukan merupakan hal penting bagi investor. Atas dasar penelitian tersebut didapat hipotesis sebagai berikut.

H<sub>6</sub>: *Leverage* berpengaruh negatif pada nilai perusahaan.

Penelitian dari Alfredo (2011) dan Hilmi (2008) menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh positif pada nilai perusahaan. Artinya tingkatan dari aset yang dimiliki perusahaan akan memengaruhi nilai perusahaan di pasar bebas atau BEI. Atas dasar penelitian tersebut didapat hipotesis sebagai berikut.

H<sub>7</sub>: Ukuran perusahaan berpengaruh positif pada nilai perusahaan.

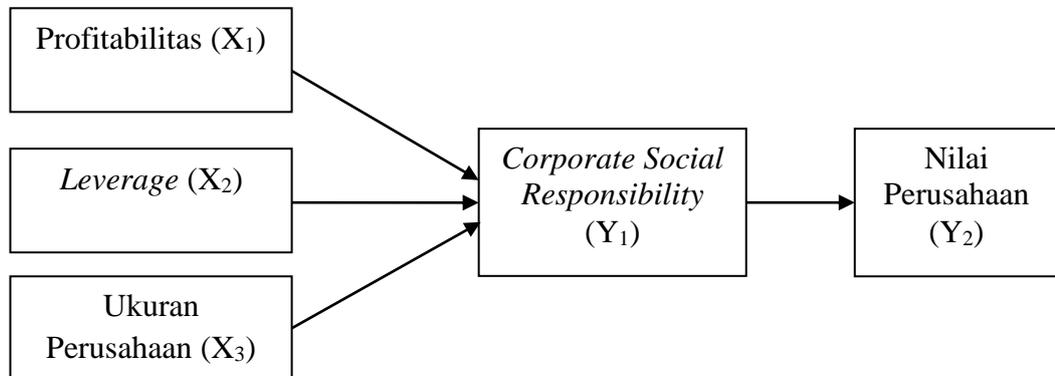
Penelitian ini dilaksanakan pada perusahaan *food and beverages* yang memiliki tingkat persaingan yang tinggi dan terdaftar di BEI, sehingga menuntut kinerja perusahaan yang selalu prima agar unggul dalam persaingan. Kondisi ini turut mempengaruhi ketertarikan investor terhadap perusahaan tersebut tercermin dari adanya CSR dan nilai perusahaan. Perusahaan dengan tingkat kinerja tinggi menuntut adanya keuntungan atau laba yang tinggi juga, sehingga cenderung melupakan tanggungjawab sosialnya.

Dari hasil penelitian sebelumnya terjadi ketidakkonsistenan hasil penelitian sebelumnya, maka memotivasi dan menarik bagi untuk dianalisis kembali lebih lanjut, mengenai pengaruh profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan pada nilai perusahaan melalui pengungkapan tanggung jawab sosial CSR pada perusahaan *Food and Beverage* di Bursa Efek Indonesia. Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mendapatkan bukti empiris pengaruh profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan pada nilai perusahaan.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) yang bergerak dibidang perusahaan *Food and Beverage*. Penelitian ini menggunakan pendekatan

kuantitatif dalam menyimpulkan hasil penelitian nantinya. Pelaksanaan penelitian ini menggunakan variabel profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan dan tanggung jawab sosial (CSR). Sampel diambil secara melalui kriteria tertentu dengan tujuan agar data yang didapat sesuai, sehingga sampel yang digunakan nantinya akan efektif.



**Gambar 2. Model Konseptual Penelitian**

*Sumber:* data diolah, 2015

Untuk kriteria-kriteria pemilihan sampel ini berdasarkan penelitian sebelumnya yang diambil dan kemudian digunakan untuk mendapatkan sampel yang sesuai. Berikut disajikan syarat-syarat pemilihan sampel dibawah ini.

**Tabel 1.**  
**Syarat - syarat Pengambilan Sampel**

No.	Syarat
1	Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia secara berturut-turut untuk periode 2009-2013
2	Perusahaan tersebut telah menerbitkan laporan keuangan tahunan untuk periode 2009-2013
3	Menampilkan data tanggal penyampaian laporan keuangan tahunan ke Bapepam untuk periode 2009-2013
4	Perusahaan tidak menggunakan mata uang asing

*Sumber:* Olah data, 2015

Berdasarkan kriteria tersebut akan didapat data yang sangat diperlukan dalam melakukan penelitian ini. Dengan ketentuan yang dibuat tersebut bertujuan untuk memudahkan mendapatkan data penelitian dan juga untuk mendapatkan hasil yang efektif serta akurat tentunya (Sutrisna, 2009). Selanjutnya akan untuk hasil dari penelitian ini disajikan secara lengkap dalam hasil dan pembahasan berikut ini.

Dalam pengumpulan data penelitian yang dilakukan ini menggunakan kuesioner dengan skala *Likert*. Skala ini mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atas sebuah fenomena. Jawaban dari setiap pertanyaan mempunyai skor dari sangat setuju sampai sangat sangat tidak setuju dan masing – masing pertanyaan diberi skor untuk kemudahan dalam penelitian. Berikut ini cara penentuan kuesioner yang dibuat.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Untuk lebih mengetahui bagaimana kondisi profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, nilai perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial dari perusahaan *Food and Beverage* di Bursa Efek Indonesia tahun 2009 sampai tahun 2013. Untuk mendapatkan hasil analisis yang baik maka dilakukan pertama-tama uji statistik. Berikut ini disajikan pada Tabel 2 hasil dari uji deskriptif.

**Tabel 2.**  
**Output Uji Statistik Deskriptif**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X <sub>1</sub>	85	.01	5.78	.9544	1.02591
X <sub>2</sub>	85	.01	2.89	.4006	.63945
X <sub>3</sub>	85	7124222.00	124301011.00	17793193.7059	24363902.23297
Y <sub>1</sub>	85	9.12	49.66	22.9621	11.52267
Y <sub>2</sub>	85	.10	5.40	.9885	1.12397
Valid N (listwise)	85				

Sumber : Olah Data, 2015

Tabel 2 menunjukkan nilai terendah, nilai tertinggi, mean, dan standar deviasi dari masing-masing variabel pada penelitian ini. Profitabilitas (X<sub>1</sub>) menunjukkan bahwa variabel profitabilitas (X<sub>1</sub>) memiliki nilai terendah 0,01 dari 85 sampel dan nilai tertinggi 5,78. Nilai rata-rata dari variabel profitabilitas (X<sub>1</sub>) adalah 0,9544 dan standar deviasi dari variabel profitabilitas (X<sub>1</sub>) adalah sebesar 1,02591.

*Leverage* (X<sub>2</sub>) menunjukkan bahwa variabel *leverage* (X<sub>2</sub>) memiliki nilai terendah 0,01 dari 85 sampel dan nilai tertinggi 2,89. Nilai rata-rata dari variabel *leverage* (X<sub>2</sub>) adalah 0,4006 dan standar deviasi dari variabel *leverage* (X<sub>2</sub>) adalah sebesar 0,63945.

Ukuran Perusahaan (X<sub>3</sub>) menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan (X<sub>3</sub>) memiliki nilai terendah 71242220 dari 85 sampel dan nilai tertinggi 124301011. Nilai rata-rata dari variabel ukuran perusahaan (X<sub>3</sub>) adalah 17793193,7059 dan standar deviasi dari variabel ukuran perusahaan (X<sub>3</sub>) adalah sebesar 24363902,23297.

Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (Y<sub>1</sub>) menunjukkan bahwa variabel pengungkapan tanggung jawab sosial (Y<sub>1</sub>) memiliki nilai terendah 9,12 dari 85 sampel dan nilai tertinggi 49,66. Nilai rata-rata dari variabel pengungkapan

tanggung jawab sosial ( $Y_1$ ) adalah 22,9621 dan standar deviasi dari variabel ukuran perusahaan ( $Y_1$ ) adalah sebesar 11,52267.

Nilai Perusahaan ( $Y_2$ ) menunjukkan bahwa variabel nilai perusahaan ( $Y_2$ ) memiliki nilai terendah 0,102 dari 85 sampel dan nilai tertinggi 5,40. Nilai rata-rata dari variabel pengungkapan tanggung jawab sosial ( $Y_2$ ) adalah 0,9885 dan standar deviasi dari variabel nilai perusahaan ( $Y_2$ ) adalah sebesar 1,12397.

Tanggung jawab sosial memiliki pengaruh yang besar akan keberlangsungan suatu perusahaan secara langsung. Sebab dengan tanggung jawab sosial ini akan membangun citra perusahaan secara luas dimata masyarakat. Perusahaan dengan penghasilan besar akan dipandang memiliki kemampuan keuangan yang memadai sehingga sangat perlu untuk melakukan yang namanya kegiatan sosial yaitu membantu masyarakat sekitar dan juga melakukan kerjasama anatar pelajar asing dan indonesia. Dengan begitu perusahaan akan mendapatkan reputasi yang baik dimata masyarakat.

Tanggung jawab sosial sangat erat kaitannya dalam bidang sosial, ekonomi dan lingkungan serta nama baik perusahaan. Untuk di bidang sosial telah berjalan dengan baik dan aktif dalam menjalankan berbagai kegiatan sosial seperti, melakukan bersih-bersih lingkungan, dan membantu masyarakat sekitar dengan sumbangan dana.

Dalam hal tanggung jawab di bidang ekonomi menjelaskan mengenai pengalokasian dana untuk program-program CSR tersebut. Tentunya kaitannya dengan *stakeholders* sangat berpengaruh dalam memperoleh donasi sehingga harus memperhatikan keberadaan *stakeholders* tersebut.

Untuk tanggung jawab di bidang lingkungan yaitu telah melakukan yang namanya penghijauan. Tidak diragukan lagi perusahaan yang bergerak di bidang ini sangat memperhatikan lingkungan. Melakukan pengelolaan limbah, pengolahan bahan makanan yang bersih sesuai dengan SNI dan dari segi bangunan perusahaan itu sendiri ramah lingkungan.

Untuk yang namanya nama baik perusahaan tentunya sangat menginginkan nama perusahaannya sangat dikenal. Maka dengan melakukan tanggung jawab sosial secara konsisten perusahaan akan sendirinya dikenal oleh masyarakat nantinya.

Jika ingin mengalami peningkatan demi meraup untung besar nantinya perusahaan hendaknya bisa merubah kebijakan perusahaan. Ini merupakan tugas dari manajemen dalam melakukan perubahan kebijakan-kebijakan tugas dan tanggungjawab dengan memperhatikan yang namanya hasil kerja karyawan, aspek ekonomi dan lingkungan perusahaan.

Perusahaan dalam menjalankan yang namanya tanggung jawab sosial perlu memperhatikan segala aspek, yaitu aspek ekonomi, aspek lingkungan dan aspek kepribadian setiap karyawan, sehingga dengan begitu dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan. Penelitian (Mafizatun, 2013) menemukan tidak berpengaruh signifikan CSR pada ROA, hasil yang sama ditunjukkan oleh penelitian Hilmi (2011) tidak adanya pengaruh positif antara CSR pada kinerja keuangan perusahaan yang diukur dengan ROE, ini disebabkan oleh kondisi ekonomi Indonesia dan dunia yang sedang tidak stabil selama. Hal ini menyebabkan timbulnya fluktuasi nilai tukar mata uang asing, ketidakstabilan

harga minyak, penurunan permintaan, penurunan pasar efek-efek, kenaikan suku bunga, likuiditas yang semakin ketat dan kenaikan risiko kredit yang pada akhirnya dapat mempengaruhi profitabilitas perusahaan.

Untuk mengetahui hasil dari data yang didapat maka dilakukan pengujian sebagai berikut ini disajikan berupa Output pada Tabel 3. Hasil pada Tabel 3 menunjukkan nilai signifikan  $> 0,05$  artinya pada model regresi tidak terjadi gejala yang tidak normal. Maka data dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya

**Tabel 3.**  
**Output Uji Normalitas**

		One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test					
		X1	X2	X3	Y1	Y2	
N		85	85	85	85	85	85
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.9544	.4006	17793193.7059	22.9621	.9885	
	Std. Deviation	1.02591	.63945	24363902.23297	11.52267	1.12397	
	Absolute	.179	.271	.488	.148	.283	
Most Extreme Differences	Positive	.151	.262	.488	.148	.283	
	Negative	-.179	-.271	-.334	-.115	-.215	
Kolmogorov-Smirnov Z		1.647	2.495	4.498	1.365	2.609	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.088	.080	.400	.481	.200	

*Sumber:* Olah Data 2015

**Tabel 4.**  
**Output Uji Multikolinearitas**

Model	Collinearity Statistics		
	Tolerance		VIF
1	X <sub>1</sub>	.778	1.285
	X <sub>2</sub>	.270	3.702
	X <sub>3</sub>	.220	4.554
	Y <sub>1</sub>	.608	1.644

*Sumber:* Olah Data 2015

**Tabel 5.**  
**Output Uji Heteroskedastisitas**

Model	Coefficients <sup>a</sup>			T	Sig.	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
	(Constant)	.563	.135		4.182	.000
1	X <sub>1</sub>	.072	.065	.139	1.114	.269
	X <sub>2</sub>	-.189	.176	-.228	-1.076	.285
	X <sub>3</sub>	5.279E-009	.000	.242	1.030	.306
	Y <sub>1</sub>	-.004	.007	-.088	-.621	.537

a. Dependent Variable: *abresid*

Sumber: Olah Data 2015

Hasil diatas menunjukkan nilai signifikan  $> 0,05$  artinya pada model regresi tidak terjadi gejala yang tidak normal. Maka data dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya. Hasil uji normalitas, multikolinearitas dan heteroskedastisitas bahwa data yang dikumpulkan sudah terdistribusi secara baik, sehingga dapat dilanjutkan sebagai data penelitian .

Selanjutnya setelah mendapatkan hasil uji asumsi klasik dilanjutkan dengan menguji analisis regresi linear berganda. Berikut ini outputnya dapat dilihat secara rinci pada Tabel 6.

**Tabel 6.**  
**Output Analisis Regresi Linear Berganda**

Variabel	Koefisien Regresi	T	Sig
X <sub>1</sub>	3.182	3.436	0,004
X <sub>2</sub>	-4.357	-0.359	0,721
X <sub>3</sub>	3.081	4.706	0,000
Y <sub>1</sub>	-0.003	-0.286	0,776
R Square = 0,426			Sig = 0,000

Sumber: Olah Data 2015

Output diatas menunjukkan nilai yang akan digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel. Untuk mendapatkan hasil yang valid dan kuat dilakukan uji berikut ini pada Tabel 7 dibawah ini.

**Tabel 7.**  
**Hasil Analisis Koefisien Regresi berpengaruh X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub>, Y<sub>1</sub> terhadap Y<sub>2</sub>**

Model	Coefficients <sup>a</sup>			T	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.416	.199		2.092	.040
1 X1	.042	.095	.038	3.436	.004
X2	-.093	.260	-.053	-.359	.721
X3	3.561	.000	.772	4.706	.000
Y1	-.003	.010	-.028	-.286	.776

a. Dependent Variable: Y2  
 Sumber: Olah Data 2015

Berdasarkan tabel tersebut di atas, maka diperoleh nilai a, b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub>, b<sub>3</sub> adalah sebagai berikut.

$$\hat{Y}_1 = 16,188 + 3,182X_1 - 4,357X_2 + 3,004X_3 \dots \dots \dots (1)$$

Persamaan model analisis regresi linier berganda tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut. Nilai koefisien regresi sebesar 3,182 memiliki arti jika nilai profitabilitas naik sebesar satu satuan. Untuk nilai koefisien regresi = -4,357 memiliki arti jika nilai *leverage* naik sebesar satu satuan, maka nilai *corporate social responsibility (CSR)* turun sebesar 4,357 dengan asumsi variabel lain tetap konstan. Nilai koefisien regresi sebesar 3,004 memiliki arti jika nilai ukuran perusahaan naik sebesar satu satuan, maka nilai *corporate social responsibility (CSR)* naik sebesar 3,004 dengan asumsi variabel lain tetap konstan.

Variabel profitabilitas berdasarkan hasil uji regresi diketahui bahwa profitabilitas berpengaruh positif pada *Corporate Social Responsibility (CSR)* perusahaan *food and beverage* di Bursa Efek Indonesia. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai koefisien regresi sebesar 3,182 dengan nilai signifikan 0,003, karena nilai *sig* profitabilitas (X<sub>1</sub>) 0,003 lebih kecil dari 0,05.

H<sub>1</sub> : Profitabilitas berpengaruh positif pada *Corporate Social Responsibility*

(CSR) di BEI.

Hal ini memiliki arti bahwa semakin besar profitabilitas, maka *Corporate Social Responsibility (CSR)* akan semakin besar. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Hilmi (2008), Setiawati (2013) yang menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Untuk variabel *leverage* menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif pada *Corporate Social Responsibility (CSR)* perusahaan *food and beverage* di Bursa Efek Indonesia. Ini dapat diketahui dan dapat dilihat dari nilai koefisien regresi sebesar -4,357 dengan nilai signifikan 0,146, karena nilai sig *leverage* ( $X_2$ ) 0,146 lebih besar dari 0,05.

$H_2$  : *Leverage* berpengaruh negatif pada *Corporate Social Responsibility (CSR)* di BEI.

Hal ini berarti semakin besar *leverage*, maka *Corporate Social Responsibility (CSR)* akan semakin turun. Hasil ini selaras dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Khasharmeh dan Melia (2008), Santioso dan Chandara (2012), dan Setiawati, dkk. (2013) yang menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Selanjutnya variabel ukuran perusahaan menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif pada *Corporate Social Responsibility (CSR)* perusahaan *food and beverage* di Bursa Efek Indonesia. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai koefisien regresi sebesar 3,081 dengan nilai signifikan 0,000, karena nilai ukuran perusahaan ( $X_3$ ) 0,000 lebih kecil dari 0,05.

$H_3$  : Ukuran perusahaan berpengaruh positif pada *Corporate Social*

*Responsibility (CSR)* di BEI.

Hal ini berarti semakin besar ukuran perusahaan, maka *Corporate Social Responsibility (CSR)* akan semakin besar. Hasil ini selaras dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Melia (2008), Karini (2009), Wijaya (2012) dan Setiawati, dkk (2013) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan (*size*) berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Untuk hipotesis ke 4 menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh negatif pada nilai perusahaan, perusahaan *food and beverage* di Bursa Efek Indonesia. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai koefisien regresi sebesar -0,003 dengan nilai signifikan 0,776, karena nilai *sig Corporate Social Responsibility (CSR)* ( $Y_1$ ) 0,776 lebih besar dari 0,05.

H<sub>4</sub> : *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh negatif pada nilai perusahaan.

Hal ini berarti semakin besar *Corporate Social Responsibility (CSR)*, maka nilai perusahaan akan semakin turun. Hasil ini selaras dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Ratnadi (2014), Maspupah (2014), Wahab dan Mulya (2013) menunjukkan bahwa CSR berpengaruh negatif pada nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil uji regresi hipotesis ke 5 menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif pada nilai perusahaan *food and beverage* di Bursa Efek Indonesia. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai koefisien regresi sebesar 0,042 dengan nilai signifikan 0,004, karena nilai *sig* profitabilitas ( $X_1$ ) 0,004 lebih kecil dari 0,05.

H<sub>5</sub> : Profitabilitas berpengaruh positif pada nilai perusahaan.

Hal ini berarti semakin besar profitabilitas, maka nilai perusahaan akan semakin besar. Hasil ini selaras dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Alfredo (2011), Setiawati dkk. (2013), (Mafizatun, 2013 menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil uji regresi hipotesis 6 menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif pada nilai perusahaan *food and beverage* di Bursa Efek Indonesia. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai koefisien regresi sebesar -0,093 dengan nilai signifikan 0,721, karena nilai *sig leverage* ( $X_2$ ) 0,721 lebih besar dari 0,05.

H<sub>6</sub> : *Leverage* berpengaruh negatif pada nilai perusahaan.

Hal ini berarti semakin besar *leverage*, maka nilai perusahaan akan semakin turun. Hasil ini selaras dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Alfredo (2011), Melia (2008) dan Lucyanda, dkk. (2013) yang menunjukkan bahwa *leverage* mempunyai pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil uji regresi hipotesis 7 menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif pada nilai perusahaan *food and beverage* di Bursa Efek Indonesia. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai koefisien regresi sebesar 3,561 dengan nilai signifikan 0,000, karena nilai *sig* ukuran perusahaan ( $X_3$ ) 0,000 lebih kecil dari 0,05.

H<sub>7</sub> : Ukuran perusahaan berpengaruh positif pada nilai perusahaan.

Hal ini berarti semakin besar ukuran perusahaan, maka nilai perusahaan akan semakin besar. Hasil ini selaras dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Karini (2009), Nurhayati (2013), Lucyanda, dkk. (2013), dan Setiawati, dkk.

(2013) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

Hasil dari pembahasan tersebut dapat di simpulkan yaitu, profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif pada CSR dan nilai perusahaan. CSR dan *leverage* berpengaruh negatif pada nilai perusahaan. Artinya kinerja keuangan dan kinerja pasar ini memiliki pengaruh yang sama bagi perusahaan. Dilihat dari nilai perusahaan berupa laporan keuangan yang menerangkan dimana kesehatan suatu perusahaan dan dapat memberitahukan dimana posisi suatu perusahaan berada. Maka perlunya CSR ini terus dikembangkan untuk kepentingan bersama.

Perusahaan hendaknya bisa memberikan keuntungan yang seimbang. Yang dimaksudkan yaitu apakah perusahaan mengalami laba atau kerugian jika diteliti untuk kedepannya. Untuk ukuran perusahaan dilihat juga berdasarkan laporan keuangan yang dipublikasikan ke BEI. Laporan ini dijadikan sebagai pedoman bagi investor dan masyarakat dalam menilai perusahaan nantinya. Maka perusahaan hendaknya selalu merencanakan dan memfasilitasi setiap bagian didalam suatu perusahaan dengan baik agar perusahaan dapat berjalan dengan semestinya dengan tidak hanya berpatokan pada keuntungan belaka. Tanggung jawab sosial (CSR) merupakan hal penting selain keuntungan, karena perusahaan yang mampu melaksanakan CSR secara baik dan efektif akan menimbulkan yang namanya suatu kepercayaan nantinya bagi setiap masyarakat.

Penelitian berikutnya hendaknya bisa mengembangkan penelitian ini dari segi perusahaan yang digunakan, variabel yang digunakan, dan lokasi yang

digunakan. Serta semoga penelitian ini bisa digunakan sebagai informasi dan masukan bagi penelitian berikutnya.

## REFERENSI

- Alfredo Anies S., & Johny Jermias. 2011. Social, Profability, Environmental Reporting and Auditing in Indonesia : Maintaining Organizational Legitimacy. *Gadjah Mada International Journal of Business*. 7 (1), pp: 109-127.
- Hilmi, Utari dan Syaiful Ali. 2008. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan-perusahaan yang Terdaftar di BEJ Periode 2004-2006). *Akuntansi Jurnal*, 2 (6), hal 129-136.
- Karini, Barin. 2009. Pengaruh Manajemen Keuangan Pada Nilai Perusahaan : Analisi Prinsip dan Penerapan. *Jurnal Indeks*, 3 (10), hal : 45-60.
- Lily, Ariayuning. 2010. Pengaruh Profabilitas, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan Pada Nilai Perusahaan di Perbankan. *Jurnal Manajema* . 2 (8), pp :6– 7.
- Lucyanda, Jurica dan Siagian Lady Gracia Prilia. 2012. The Influence of Company Characteristics Toward Corporate Social Responsibility Disclosure. *Journal International Conference on Business and Management*. 2 (8), pp : 6 – 7.
- Mafizatun, Nurhayati. 2013. Profitabilitas, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan Pengaruhnya Terhadap Kebijakan Deviden dan Nilai Perusahaan Sektor Jasa. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 5 (2), hal : 56-68
- Melia, Putri. 2008. Pengaruh Profabilitas dan Tata Kelola Manajemen Pada Nilai Perusahaan di Sektor Jasa. *Jurnal Manajemen*, 8 (3), hal: 45-77.
- Sutrisna, Adi. 2009. Analisis Profabilitas, Ukuran Perusahaan Pada Kebijakan Manajerial, Dan Pada Nilai Perusahaan Manufaktur Di BEI Tahun 2010-2013. *Jurnal Akuntansi Indonesia*. 8 (6) hal : 269-389.
- Setiawati dan Salita. 2013. Pengaruh CSR, Leverage, Faktor Ekstern Pada Nilai Perusahaan di BEI. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 4 (1), hal 57-80.