

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

Dalam penelitian ini, populasi yang diambil merupakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian dilakukan dengan menggunakan laporan tahunan (*annual report*) dan laporan keuangan di BEI. Penelitian menggunakan laporan tahunan, karena laporan tahunan perusahaan menyajikan berbagai macam informasi yang lengkap dan mendetail terkait dengan perusahaan. Selain itu, penelitian ini mengambil data pada BEI dikarenakan BEI merupakan satu-satunya Bursa Efek di Indonesia yang memiliki data yang lengkap dan telah terorganisasi dengan baik. Bursa Efek Indonesia membagi kelompok industri perusahaan berdasarkan sektor-sektor yang dikelolanya terdiri dari : sektor pertanian, sektor pertambangan, sektor industri dasar kimia, sektor aneka industri, sektor industri barang konsumsi, sektor properti, sektor infrastruktur, sektor keuangan, dan sektor perdagangan jasa investasi.

Sektor industri barang konsumsi merupakan sektor penyumbang utama pertumbuhan ekonomi Indonesia. Sektor industri konsumsi merupakan sektor yang salah satu sektor yang mempunyai peranan yang sangat penting dalam memicu pertumbuhan ekonomi negara. Sektor industri konsumsi sangat dibutuhkan karena semakin meningkatnya kebutuhan hidup masyarakat Indonesia. Dalam pelaksanaannya sektor industri barang konsumsi terbagi menjadi lima macam yaitu subsektor makanan dan minuman, subsektor rokok, subsektor farmasi, subsektor kosmetik dan keperluan rumah tangga, subsektor peralatan rumah tangga. Dalam hal ini peneliti hanya akan membahas subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Perusahaan makanan dan minuman merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang pembuatan produk kemudian dijual guna memperoleh keuntungan yang

besar. Seiring perkembangan teknologi dan informasi yang serba cepat, kebutuhan masyarakat pun meningkat tajam, setiap orang menginginkan segala sesuatu yang serba instan termasuk makanan dan minuman, untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan makanan instan perusahaan memproduksi berbagai komoditi makanan dan minuman. Beberapa komoditi makanan dan minuman yang mengalami kenaikan cukup tajam di masyarakat yaitu biskuit, minuman kesehatan dan mie instan.

Berikut ini adalah profil singkat perusahaan manufaktur pada subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016 yang merupakan dari sampel penelitian ini :

#### **4.1.1 PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk**

PT. Tiga Pilar Sejahtera Tbk didirikan pada tahun 1992 oleh Joko Mogoginta. Sejak berdirinya, perseroan telah mengusung visi memproduksi makanan yang berkualitas dengan harga yang terjangkau bagi konsumen. Untuk mengkokohkan keberadaannya, maka pada tahun 2003 perseroan pun terdaftar menjadi perusahaan publik dan berubah nama menjadi PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk (TPSF) sebagai perusahaan terbuka di Bursa Efek Indonesia dengan kode emiten AISA melalui proses *backdoor listing* dengan mengakuisisi PT Asia Inti Selera yang merupakan produsen mie telur dengan merek dagang Ayam 2 Telor. Berdasarkan anggaran dasar perusahaan, ruang lingkup kegiatan perusahaan meliputi usaha bidang perdagangan, perkebunan, perindustrian, peternakan, pertanian, perikanan, dan jasa. Sedangkan kegiatan usaha entitas anak meliputi usaha industri mie dan perdagangan mie, khususnya mie kering, mie instan, bihun, snack, industri biskuit, permen, perkebunan kelapa sawit dll. Tanggung jawab sosial di TPSF ditanamkan setiap aspek perseroan dan di setiap lini komunikasi, sehingga menjadi budaya perseroan yang terus dikedepankan dan menjadi bagian dari prioritas perseroan untuk lingkungan. Komite TPSF adalah menjadikan CSR sebagai bagian fundamental dalam rangka mengentaskan berbagai permasalahan sosial di masyarakat dengan fokus utama adalah

memunculkan potensi komunitas masyarakat untuk terus berkembang bersama-sama menuju masa depan yang baik. Perusahaan berharap akan terus bertambahnya citra baik perusahaan dimata konsumen sehingga loyalitas konsumen makin tinggi. Dan dapat meningkatkan harga saham dan nilai perusahaan untuk menarik investor baru.

#### **4.1.2 PT Tri Banyan Tirta Tbk**

PT Tri Banyan Tirta Tbk didirikan tanggal 03 Juni 1997. Kantor pusat ALTO terletak di Kp. Pasir Dalem RT.02 RW.09 Desa Babakan Pari, Kecamatan Cidahu perusahaan yang bergerak dibidang industri air mineral (Air minum) dalam kemasan plastik, makanan, minuman dan pengalengan/pembotoln serta industri bahan kemasan. Produksi air minum dalam kemasan secara komersial dimulai tanggal 3 Juni 1997.

#### **4.1.3 PT Cahya Kalbar Tbk**

PT Cahya Kalbar Tbk dulu bernama CV Tjahaja Kalbar, didirikan di Pontianak berdasarkan Akta No.1 Tanggal 3 Februari 1968 yang dibuat dihadapan Mochamad Damiri, notaris di Pontianak. Badan hukum perusahaan berubah menjadi perseroan terbatas berdasarkan Akta Pendirian perusahaan tanggal 9 Desember 1980 No 49 yang dibuat di hadapan Mochamad Damiri, notaris di Pontianak. Anggaran Dasar Perusahaan telah mengalami beberapa kali perubahan yang tertuang dalam Akta Tommy Tjoa Keng Liet, S.H., dan Mochamad Damiri, keduanya notaris di Pontianak. Akta-akta tersebut telah mendapat persetujuan dan menteri kehakiman Republik.

#### **4.1.4 PT Delta Jakarta Tbk**

PT Delta Jakarta Tbk didirikan di Indonesia pada tahun 1932 sebagai perusahaan bir Jerman yang bernama "*Archipel Brouwerij, NV*". Perusahaan kemudian dibeli oleh kelompok usaha Belanda dan berganti nama menjadi *NV De Orange Brouwerij*. Perusahaan menggunakan nama PT Delta Jakarta Tbk sejak tahun 1970. Pada tahun 1984 PT Delta Jakarta Tbk menjadi salah satu perusahaan

Indonesia pertama yang mencatatkan sahamnya di BEI mengkokohkan sebagai pemain utama di industri bir dalam negeri. Perusahaan PT Delta Jakarta Tbk fokus utama CSR seperti kegiatan donor darah, bantuan untuk bencana alam, peningkatan kesehatan masyarakat, pembangunan dan perbaikan infrastruktur, mensponsori kegiatan keagamaan, pengelolaan lingkungan hidup dan kegiatan sosialnya.

#### **4.1.5 PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk**

ICBP berdiri sebagai entitas terpisah dari bulan September 2009 serta tercatat di BEI pada tanggal 7 oktober 2010. ICBP didirikan melalui restrukturisasi internal dari Grup Produk Konsumen Bermerek (CBP) PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (Indofood). Melalui proses restrukturisasi internal, seluruh kegiatan usaha grup CBP dari indofood, yang meliputi mie instan, dairy, makanan ringan, penyedap mkanan, nutrisi dan makanan khusus, serta biskuit (sebelum bergabung dalam grup bogasari) dialihkan ke ICBP. ICBP berusaha mengedepankan visinya untuk menjadi produsen barang-barang konsumsi yang termuka. Hal ini disertai misinya untuk senantiasa melakukan peningkatan kompetensi karyawan, memberikan kontribusi bagi masyarakat dan lingkungan secara berkelanjutan, serta inovasi produk yang berkualitas.

#### **4.1.6 PT Indofood Sukses Makmur Tbk**

PT Indofood Sukses Makmur Tbk didirikan di Republik Indonesia pada 14 Agustus 1990 dengan nama PT Panganjaya Intikusuma, berdasarkan Atka Notaris Benny Kristianto, S.H., No.228. Sebagaimana tercantum pada pasal 3 Anggaran Dasar Perseron, ruang lingkup kegiatan usaha persoreanterdiri dari industri penggilingan gandum menjadi tepung terigu yang terintegrasi dengan kegiatan usaha anak perusahaan bidang industri produk konsumen bermerek, industri agribisnis yang terdiri dari perkebunan dan pengolahan kelapa sawit dan tanaman lainnya serta distribusi. Pada tahun 1994 perusahaan melakukan penawaran umum 21,0juta saham baru kepada masyarakat dengan harga penawaran sebesar Rp6200 per saham. Pada tahun 1997, jumlah modal dasar

perusahaan meningkat dari 2milyar menjadi 6 milyar saham Adapun pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan PT Indofood Sukses Makmur Tbk dan anak perusahaannya yaitu PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk berfokus pada lima pilar 1) pembangunan sdm melalui program BISMA (Beasiswa Indofood Sukses Makmur), program bantuan dana penelitian bagi kalangan akademisi dalam upaya penganekaragaman dan peningkatan ketahanan pangan nasional serta kegiatan riset lainnya. 2) partisipasi aktif dalam kegiatan komunitas berupa pembangunan infrastruktur, kegiatan donor darah, selalu berpartisipasi dan berkontribusi dalam berbagai kegiatan sosial kemasyarakatan. 3) peningkatan nilai ekonomi berupa partnership dengan petani, peternak, dan pengusaha UKM. 4) menjaga kelestarian lingkungan dengan program fasilitas pengolahan limbah, melakukan kampanye lingkungan kepada anak-anak, program revalidasi fungsi sungai serta program untuk mengantisipasi sampah kemasan produk. 5) kegiatan solidaritas kemanusiaan bagi korban bencana yang ada di Indonesia. . Dilihat dari harga saham dari tahun 2014 – 2016 sama seperti perusahaan lainnya harga saham mengalami fluktuatif.

#### **4.1.7 PT Mayora Indah Tbk**

Perusahaan PT Mayora Indah Tbk didirikan dengan Akta No.204 TANGGAL 17 Februari 1997 dari Poppy Savitri, S.H., pengganti dari Ridwan Suselo, S.H., notaris di jakarta. Perusahaan menjalankan usahanya seara komersial pada bulan mei 1978. Kantor pusat perusahaan terletak digedung Mayora, Jl. Tomang Raya No 21-23 Jakarta. Sedangkan pabriknya berada di Tangerang dan Bekasi. Perusahaan memiliki 5 anak perusahaan yang bergerak dibidang yang sama. Grup Mayora memproduksi beberapa lini produk. Kegiatan perusahaan adalah menjelaskan usahanya dalam bidang industri perdagangan serta agen/perwakilan. Saat ini perusahaan menjalankan bidang usaha insutri makanan, kembang gula dan biskuit. Perusahaan mulai beroperasi secara komersial pada bulan mei 1978.

#### **4.1.8 PT Prashida Aneka Niaga Tbk**

PT Prashida Aneka Niaga Tbk didirikan dengan nama PT Aneka Bumi Asih. Berdasarkan Akta Notaris Paul Tamara, No 7 tanggal 16 April 1974. Perusahaan berdomisili Jl. Ki Kemas Ridho, Kertapati Palembang dan bergerak di bidang industri pertanian, perdagangan, pemborongan, pengangkutan, percetakan, jasa dan real estate. Perusahaan saat ini bergerak dalam bidang pengolah hasil bumi. Perusahaan memulai kegiatan komersilnya pada tahun 1974. PT Prashida Aneka Niaga Tbk menghasilkan kopi, lada hitam dan panili. Perusahaan juga menyadari kepedulian sosial demi keberlangsungan bisnis usahanya. Hal ini ditunjukkan dengan adanya program CSR yang konsisten dilaksanakan oleh perusahaan. Pada juli 1996 perusahaan menggabungkan perusahaan dengan Australia Burns Philip untuk didirikan satu gabungan perusahaan untuk menghasilkan bubuk lada tabel. Spekulasi akan memerlukan satu investasi dari Rp 12 miliar sehingga perusahaan menjalankan CSR untuk membantu menarik investor baru. . Dilihat dari harga saham dari tahun 2014 – 2016 mengalami fluktuatif terkadang turun dan kadang naik.

#### **4.1.9 PT Nippon Indosari Corporindo Tbk**

PT Nippon Indosari Corporindo Tbk berdiri pada tahun 1995 dan memulai kegiatan pemasarannya pada September 1996. PT Nippon Indosari Corporindo Tbk adalah sebuah perusahaan roti dengan merek Sari Roti. Perusahaan secara resmi mencatatkan saham di BEI dan menjual kepada publik pada tahun 2010. Perusahaan juga memfokuskan utama kegiatan CSR yang dilaksanakan/diungkapkan oleh PT Nippon Indosari Corporindo Tbk adalah menggalakkan kegiatan donor darah dan bantuan kepada korban bencana. Di samping itu, indosari menyelenggarakan program mudik bersama untuk penjaja keliling Sari Roti dengan menyediakan bus gratis menjelang hari Raya Idul Fitri. Dilihat dari harga saham pada tahun 2014-2016 mengalami fluktuatif.

#### **4.1.10 PT Sekar Bumi Tbk**

PT Sekar Bumi Tbk tercatat di BEI tanggal 5 Januari 1993. Kemudian sejak tanggal 15 September 1999, saham PT Sekar Bumi Tbk dihapus dari daftar BEI namun pada tanggal 24 September 2012 SKBM memperoleh relisting efeknya oleh PT BEI, terhitung tanggal 28 September 2012. PT Sekar Bumi Tbk berkantor pusat di Jakarta, Indonesia, terkenal untuk produk makanan beku khususnya udang, ikan, dan makanan olahan beku lainnya. Sekar Bumi telah menjadi salah satu ahli dalam industri makanan beku. Terkenal untuk merek ikonik kami yang meliputi FINNA, SKB, Bumifood, dan Mitraku, Sekar Bumi memberikan mewah makanan beku belum bergizi bagi keluarga.

#### **4.1.11 PT Sekar Laut Tbk**

PT Sekar Laut Tbk didirikan pada 19 Juli 1976 dalam bentuk perseroan terbatas dan kemudian terdaftar resmi sebagai badan perusahaan di Departemen Kehakiman pada 1 Maret 1978. PT Sekar Laut Tbk usaha dibidang perdagangan produk kelautan di kota Sidoarjo, Jawa Timur pada tahun 1966. Kemudian berkembang menjadi usaha kerupuk udang tradisional. Dengan kegigihan usaha yang dirintis berkembang pesat dari industri rumah tangga menjadi perusahaan penghasil kerupuk. Sejak tahun 1998, PT Sekar Laut Tbk selalu menekankan diri untuk dapat memberikan nilai tambahan pada kerupuk dengan mengembangkan variasi. Menghargai kekayaan alam tersebut dengan mengolahnya sebiji mungkin sehingga menghasilkan produk makanan yang berkualitas dan menjaga potensi alam agar kontinuitas bahan dapat dijaga. PT Sekar Laut Tbk senantiasa menjalankan bisnisnya sesuai dengan visi dan misi dimana sudah menjadi prinsip dasar bisnis model perusahaan untuk membantu peningkatan kondisi sosial ekonomi masyarakat Indonesia. PT Sekar Laut Tbk menjalankan tanggung jawab sosial dengan pengelolaan limbah, kesehatan dan kebersihan lingkungan, dan perbaikan jalan. Agar perusahaan mendapatkan kemajuan dalam kesejahteraan perusahaannya dan mampu menarik investasi baru. . Dilihat dari harga saham dari tahun 2014 – 2016 mengalami fluktuatif.

#### 4.1.12 PT Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk

PT Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk dirintis dari usaha keluarga sejak tahun 1996. Pada tahun Juli 1990 perseroan melakukan penawaran perdana saham-sahamnya kepada masyarakat. Perusahaan berkembang saat ini menjadi salah satu perusahaan yang terkemuka di Indonesia. Saat ini perseroan merupakan produsen terbesar dibidang produk susu cair dan terbesar keempat dibidang produk teh siap minuman. Dilihat dari harga saham dari tahun 2014 - 2016 selalu mengalami peningkatan. Perusahaan juga menanamkan program-program bertema kepedulian kepada masyarakat antara lain terhadap lingkungan, kenyamanan masyarakat, seni dan budaya daerah, bidang keagamaan, dan bidang pendidikan.

#### 4.2 Hasil Analisis Penelitian

Berikut ini adalah tabel dari hasil perhitungan variabel CSR dan Nilai perusahaan:

##### 4.2.1 Variabel Independen

##### a. Corporate Social Responsibility (CSR)

#### Data Perhitungan Pengungkapan CSR Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan Dan Minuman Tahun 2014-2016

No	Kode Perusahaan	Tahun		
		2014	2015	2016
1	AISA	0,22	0,18	0,14
2	ALTO	0,03	0,05	0,03
3	CEKA	0,01	0,01	0,05
4	DLTA	0,08	0,09	0,13
5	ICBP	0,17	0,17	0,15
6	INDF	0,23	0,18	0,15
7	MYOR	0,12	0,13	0,10
8	PSDN	0,03	0,06	0,06
9	ROTI	0,12	0,09	0,12
10	SKBM	0,04	0,03	0,03
11	SKLT	0,04	0,04	0,04
12	ULTJ	0,09	0,09	0,09
Rata-rata		0,098	0,093	0,091

Berdasarkan hasil analisis penelitian diatas dapat dilihat bahwa hasil rata-rata pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2014-2016. Pada tahun 2014 dihasilkan rata-rata pengungkapan CSR sebesar 0,098 atau 9,8%, pada tahun 2015 dihasilkan rata-rata pengungkapan CSR sebesar 0,093 atau 9,3%, dan pada tahun 2016 dihasilkan rata-rata pengungkapan CSR sebesar 0,091 atau 9,1%. Sehingga dapat dikatakan bahwa pengungkapan CSR semakin menurun setiap tahunnya. Pengungkapan CSR yang menurun terdapat di beberapa perusahaan salah satunya adalah AISA, INDF, ICBP, dan SKBM. Sedangkan perusahaan yang mengalami fluktuasi pada pengungkapan CSR adalah ALTO, MYOR dan ROTI. Sisanya adalah perusahaan yang selalu mengalami peningkatan terhadap pengungkapan CSR atau stabil dalam pengungkapannya.

Pengungkapan CSR yang paling baik pada hasil penelitian diatas adalah pada perusahaan DLTA, CEKA, dan PSDN. Perusahaan yang mengungkapkan informasi CSR memiliki citra positif di masyarakat dan khususnya dilingkungan bisnis karena perusahaan memperhatikan dan juga mempertimbangkan kepentingan *stakeholder* sehingga eksistensi perusahaan bisa dipertahankan, yang berdampak pada investor baru dan nilai perusahaan yang terus meningkat. Pengungkapan CSR perusahaan perlu dilakukan sebagai wujud tanggung jawab dan bentuk komunikasi perusahaan terhadap para stakeholder-nya mengenai kinerja dan kondisi perusahaan. Karena CSR merupakan suatu hal yang dapat mempengaruhi karakteristik perusahaan yang dapat berpengaruh juga nilai suatu perusahaan baik secara langsung dan tidak langsung.

Masih rendahnya pengungkapan CSR yang dapat dilihat dari hasil analisis penelitian diketahui terdapat beberapa perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR sedikit atau mengalami penurunan pengungkapan CSR setiap tahunnya. Sehingga ini menunjukkan bahwa peraturan yang dibuat pemerintah masih belum efektif. Perusahaan kemungkinan akan melakukan kegiatan praktik dan pengungkapan CSR hanya untuk memenuhi aturan yang telah ditetapkan oleh

badan regulasi seperti pemerintah, BEI, dan Bapepam. Hal ini benar-benar mengatur pelaksanaan dan pengungkapan CSR, mengenai hal apa saja yang harus dilakukan dan dilaporkan. Selain itu, dimungkinkan karena perusahaan juga masih memikirkan dan memperhitungkan biaya untuk melakukan kegiatan tanggung jawab sosial tersebut. Dan mungkin beberapa perusahaan tersebut menganggap bahwa pengungkapan CSR bukan suatu ukuran nyata dalam mempengaruhi keputusan investasi. Sehingga perusahaan hanya mengungkapkan beberapa saja kegiatan sosial yang dilakukannya untuk menghindari biaya yang akan timbul apabila tidak dilaporkan dan tidak dilakukan kegiatan pertanggung jawabannya. Sedangkan perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR dan melakukan kegiatan CSR nya semakin banyak berharap agar *image* atau citra perusahaan dimata masyarakat semakin baik dan bagus, sehingga masyarakat loyalitas terhadap produk yang dihasilkan perusahaan tersebut.

#### **b. Ukuran Perusahaan**

##### **Data Perhitungan Ukuran Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan Dan Minuman Tahun 2014-2016**

No	Kode Perusahaan	Tahun		
		2014	2015	2016
1	AISA	22,72	22,93	22,95
2	ALTO	27,84	27,80	27,78
3	CEKA	27,88	28,03	27,99
4	DLTA	27,63	27,67	27,81
5	ICBP	23,94	24,00	24,09
6	INDF	25,18	25,24	25,13
7	MYOR	29,96	30,06	30,19
8	PSDN	27,16	27,15	27,21
9	ROTI	28,39	28,63	28,70
10	SKBM	27,20	27,36	27,63
11	SKLT	26,54	26,66	27,07
12	ULTJ	28,70	28,90	29,08
Rata-rata		26,928	27,037	27,136

Berdasarkan hasil analisis penelitian terhadap perhitungan ukuran perusahaan dapat dilihat hasil rata-rata yang didapat pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2014-2016. Pada tahun 2014 dihasilkan rata-rata ukuran perusahaan sebesar 26,928, pada tahun 2015 dihasilkan rata-rata ukuran perusahaan sebesar 27,037, dan pada tahun 2016 dihasilkan rata-rata ukuran perusahaan sebesar 27,136. Sehingga dapat dikatakan bahwa perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selalu mengalami peningkatan pada total aset dari tahun 2014-2016. Karena ukuran perusahaan adalah ukuran yang dicerminkan dari total aset perusahaan tersebut. Namun ada beberapa perusahaan yang mengalami fluktuasi pada total aset perusahaan terlihat pada *ln* total aset hasil perhitungan diatas yaitu CEKA dan INDF, jika dilihat kedua perusahaan tersebut hanya mengalami sedikit penurunan saja atau tidak terlalu tajam.

Hasil perhitungan diatas dapat dilihat bahwa perusahaan AISA, ALTO, ICBP, INDF, MYOR, ULTJ, ROTI dan PSDN selalu mengalami peningkatan total aset, sehingga dapat dikatakan perusahaan yang ukurannya semakin besar menunjukkan pertumbuhan perusahaan tersebut semakin baik. Total aset yang mengalami kenaikan akan meningkatkan pula nilai perusahaan. selain itu ukuran perusahaan yang dianggap mempermudah perusahaan dalam memperoleh sumber pendanaan baik bersifat internal maupun internal. Dan total aset yang besar menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mendanai operasi dan investasi yang menguntungkan bagi perusahaan juga semakin besar.

Ukuran perusahaan yang besar biasanya lebih kuat dalam menghadapi guncangan ekonomi, sehingga investor menyukai perusahaan yang berukuran besar daripada perusahaan yang berukuran kecil. Karena ukuran perusahaan yang kecil biasanya tidak kuat dalam menghadapi guncangan ekonomi, sehingga nilai perusahaan pun tidak dapat meningkat yang disebabkan oleh kurangnya minat investor untuk berinvestasi di perusahaan tersebut. Perusahaan berskala kecil dibandingkan dengan perusahaan yang berskala besar cenderung kurang menguntungkan.

Sedangkan ukuran perusahaan yang berskala besar akan terus mengalami perkembangan sehingga investor akan merespon positif dan nilai perusahaan terus meningkat, pangsa pasar biasanya relatif terlihat dari daya saing perusahaan lebih tinggi dibandingkan pesaing utamanya. Investor akan merespon positif sehingga nilai perusahaan akan meningkat.

#### 4.2.2 Variabel Dependen

##### Data Perhitungan Tobin's Q Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan Dan Minuman Tahun 2014-2016

No	Kode Perusahaan	Tahun		
		2014	2015	2016
1	AISA	1,428	0,992	1,216
2	ALTO	1,382	1,274	1,233
3	CEKA	0,871	0,638	1,000
4	DLTA	1,224	4,030	1,016
5	ICBP	3,469	3,341	3,821
6	INDF	1,221	1,025	1,312
7	MYOR	3,539	4,907	5,839
8	PSDN	0,663	0,725	1,000
9	ROTI	4,435	3,693	1,126
10	SKBM	2,560	2,018	1,000
11	SKLT	1,288	1,387	1,000
12	ULTJ	1,013	1,012	1,013
Rata-rata		1,924	2,087	1,715

Berdasarkan hasil analisis penelitian diatas dapat dilihat bahwa rata-rata yang diperoleh dari perhitungan Tobin's Q pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman mengalami fluktuasi dari tahun 2014-2016. Pada tahun 2014 rata-rata tobin's q yang dihasilkan adalah sebesar 1,924, pada tahun 2015 rata-rata tobin's q yang dihasilkan adalah sebesar 2,087, dan kemudian pada tahun 2016 rata-rata tobin's q yang dihasilkan adalah sebesar 1,715. Sehingga jika dilihat nilai perusahaan atau tobin's q yang mengalami fluktuasi terlihat pada perusahaan DLTA, ICBP, INDF, SKLT, dan ULTJ. Sedangkan yang mengalami

penurunan pada nilai perusahaannya terlihat pada perusahaan ALTO, ROTI, SKBM, dan SKLT dan sisanya mengalami peningkatan yaitu pada perusahaan AISA, CEKA, dan PSDN.

Suatu perusahaan yang nilai tobin's lebih dari 1 maka akan menunjukkan bahwa investasi dalam aset menghasilkan laba yang memberikan nilai lebih tinggi daripada investasi, hal ini akan merangsang investasi baru. Nilai perusahaan menggambarkan kemakmuran pemegang saham dalam jangka panjang. Nilai perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek pertumbuhan baik. Hal ini dapat terjadi karena semakin besar nilai pasar aset perusahaan dibandingkan nilai buku aset pertumbuhan maka semakin besar keadaan investor untuk mengeluarkan pengorbanan yang lebih untuk memiliki perusahaan tersebut. Nilai perusahaan yang terus meningkat akan semakin mudah untuk mendapatkan pendanaan dari investor sehingga perusahaan akan terus tetap bertahan dalam persaingan global. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan dipresentasikan oleh harga pasar dari saham yang merupakan hasil dari keputusan investasi, pendanaan dan manajemen aset. Dengan demikian semakin banyak peningkatan harga saham sebuah perusahaan, maka makin maksimum pula kemakmuran pemegang saham.

Rendahnya nilai perusahaan biasanya berdampak pada para investor yang tidak akan bersedia dalam melakukan investasi atau melakukan pendanaan pada perusahaan terkait apabila perusahaan tersebut tidak memiliki prospek yang baik di masa yang akan datang karena investor ingin memiliki return yang sesuai dengan harapan mereka. Karena nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya terhadap kinerja perusahaan baik saat ini maupun prospek di masa depan. Sehingga untuk meningkatkan nilai perusahaan biasanya dilihat dari tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan tanggung jawabnya terhadap *stakeholder*, serta melihat dari nilai total aset perusahaan tersebut.

### 4.3 Hasil Uji Persyaratan Data

#### 4.3.1 Statistik Deskriptif

Statistika deskriptif memberikan gambaran awal terhadap pola penyebaran variabel penelitian. Gambaran ini berguna untuk mengetahui kondisi dan populasi penelitian yang bermanfaat dalam pembahasan sehingga dapat melihat *mean* (rata-rata), *maximum* (tertinggi), *minimum* (terendah) dan standar deviasi yang diolah menggunakan program komputer yaitu SPSS versi 20.

**Tabel 4.3.1**

	Minimum	Maximum	Mean
CSR	0,01	0,23	0,942
Ukuran perusahaan	22,72	30,19	27,0333
Nilai perusahaan	0,638	5,839	1,90861

*Sumber : Data sekunder diolah dengan SPSS v20*

Nilai *minimum* pada variabel CSR diketahui sebesar 0,01 berada pada perusahaan CEKA tahun 2014 dan 2015 dan nilai *maximum* sebesar 0,23 berada pada perusahaan INDF pada tahun 2014. Sedangkan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0,0942.

Nilai *minimum* pada ukuran perusahaan diketahui 22,72 berada pada perusahaan AISA tahun 2014, nilai *maximum* 30,19 pada perusahaan MYOR tahun 2016. Sedangkan rata-rata (*mean*) sebesar 27,0333.

Nilai *minimum* pada variabel nilai perusahaan diketahui sebesar 0,638 berada pada perusahaan CEKA tahun 2015 dan nilai *maximum* diketahui sebesar 5,839 berada pada perusahaan MYOR tahun 2016 dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 1,90861.

#### 4.3.2 Uji Asumsi Klasik

Suatu model regresi yang baik harus memenuhi tidak adanya masalah asumsi klasik dalam modelnya. Jika masih terdapat masalah asumsi klasik maka model

regresi tersebut masih memiliki bias. Jika suatu model masih terdapat adanya masalah asumsi klasik, maka akan dilakukan langkah revisi model untuk menghilangkan masalah tersebut. Seperti menurut Ghozali (2013) model regresi dikatakan sebagai model yang baik apabila model tersebut memenuhi asumsi yang sangat berpengaruh terhadap perubahan variabel dependen. Berikut ini merupakan hasil uji asumsi klasik yang telah dilakukan di penelitian ini :

#### 4.3.2.1 Uji Normalitas Data

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data distribusi normal atau tidak. Uji ini dilakukan dengan menggunakan uji *linierfor* dengan melihat nilai pada *Kolmogorov-Smirnov*. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 0.05 (Prayitno, 2010:71). Hasil pengujian normalitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 4.3.2.1 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

	Unstandardized Residual
Asymp.Sig.(2-tailed)	0,500

*Sumber : Data sekunder diolah dengan SPSS v20*

Berdasarkan uji normalitas menggunakan uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* yang telah dipaparkan dalam tabel diatas hasil pengujian normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan bahwa nilai *Kolmogorov-Smirnov* pada nilai Asymp sig sebesar 0,500 dengan signifikansi sebesar 0,500 diatas 0,05. dari hasil tersebut terlihat bahwa tingkat signifikansi untuk variabel dependen pada uji *Kolmogorov-Smirnov* diperoleh  $0,500 > 0,05$  sehingga sampel berdistribusi normal.

#### 4.3.2.2 Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan dari residual pada model regresi. Pada pembahasan ini dilakukan Uji Heterokedastisitas dengan uji spearman's rho, yaitu mengkorelasikan nilai residual (*Unstandardized Residual*). Dengan masing-masing variabel independen.

Jika signifikansi korelasi  $< 0,05$  maka model regresi terjadi masalah heterokedastisitas (Prayitno, 2010:84). Hasil pengujian tersebut adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.3.2.2 Hasil uji Heterokedastisitas**

		CSR	Ukuran perusahaan
Unstandardized Residual	Sig. (2-tailed)	0,701	0,809

*Sumber : Data diolah dengan SPSS v20*

Dari output Coefficient diatas, dapat dilihat korelasi antara semua variabel terhadap Unstandardized Residual nilai signifikansinya tidak ada yang kurang dari 0,05 yaitu yang bernilai  $0,701 > 0,05$  pada CSR dan  $0,809 > 0,05$  pada ukuran perusahaan sehingga dapat dikatakan bahwa pada model ini tidak ada masalah heterokedastisitas.

#### 4.3.2.3 Uji Multikolonieritas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen (Ghozali, 2013). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan lawannya *variance inflation factor* (VIF). Sebagai acuannya disimpulkan :

- Jika nilai *tolerance*  $> 0,1$  dan nilai VIF  $< 10$ , maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas.
- Jika nilai *tolerance*  $< 0,1$  dan nilai VIF  $> 10$ , maka dapat disimpulkan bahwa ada multikolonieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

**Tabel 4.3.2.3 Hasil uji multikolonieritas**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
CSR	0,698	1,433
Ukuran perusahaan	0,698	1,433

*Sumber : Data sekunder diolah dengan SPSS v20*

Dari output diatas dapat diketahui bahwa seluruh variabel independen memiliki *tolerance* lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF tidak ada yang lebih besar dari 10, hal tersebut membuktikan tidak ada multikolonieritas.

#### 4.3.2.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dimaksudkan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Diagnosa tidak terjadi autokorelasi jika angka Durbin Watson (DW) berkisar antara  $dU < dw < 4-dU$  (Ghozali, 2013). Hasil uji autokorelasi dijelaskan dalam tabel 4.2.2.3 sebagai berikut :

**Tabel 4.3.2.4 Hasil uji autokorelasi**

Durbin-Watson
2,375

*Sumber : Data sekunder diolah dengan SPSS v20*

Dari output diatas didapat nilai DW yang dihasilkn dari model regresi adalah 2,375. Sedangkan dari tabel DW dengan signifikansi 0,05 dan jumlah data ( $n$ ) = 36 (variabel bebas) dan 1 (variabel terikat), diperoleh nilai  $d_l$  sebesar 1,41065 dan  $d_u$  sebesar 1,52451. Karena nilai DW sebesar  $2,375 > d_u$  maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi terjadi pada model ini (Ghozali, 2011).

#### 4.3.3 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Pengujian pengaruh variabel yaitu CSR(X) terhadap nilai perusahaan (Y) digunakan analisis linier sederhana, adapun dari hasil olah data dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.3.3**

Model	Unstandardized Coefficients	T	Sig.
	B		
(Constant)	-8,445	-2,318	0,027
CSR	12,335	2,925	0,006
Ukuran perusahaan	0,340	2,700	0,011
R	0,487		
R square	0,237		

Sumber : Data diolah dengan SPSS v20

Dari tabel 4.3.3 diatas dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = -8,445 + 12,335X_1 + 0,340X_2, \text{ artinya;}$$

- Nilai a = -8,445 artinya jika X1 (CSR) dan X2 (ukuran perusahaan) nilainya 0, maka Y (nilai perusahaan) nilainya adalah -8,445.
- Koefisien regresi variabel X1 (CSR) sebesar 12,335 artinya jika nilai X (CSR) mengalami kenaikan 1 satuan maka Y (nilai perusahaan) akan mengalami kenaikan sebesar 12,335.
- Koefisien regresi variabel X2 (Ukuran perusahaan) sebesar 0,340 artinya jika nilai X (CSR) mengalami kenaikan 1 satuan maka Y (nilai perusahaan) akan mengalami kenaikan sebesar 0,340.

#### 4.3.4 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji  $R^2$  pada intinya mengatur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dimana  $R^2$  nilainya berkisar antara  $0 < R^2 < 1$ , semakin besar  $R^2$  maka variabel bebas semakin dekat hubungannya dengan variabel tidak bebas. Menurut Sugiyono (2007) pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut:

0,00 – 0,199 = sangat rendah

0,20 – 0,399 = rendah

0,40 – 0,599 = sedang

0,60 – 0,799 = tinggi

0,80 – 1,000 = sangat tinggi

Berdasarkan hasil olah data (output) diperoleh pada tabel 4.3.3 nilai Koefisien korelasi (R) sebesar 0,487, maka dapat disimpulkan bahwa terjadi hubungan yang masuk kategori sedang antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014 - 2016. Dan dilihat dari nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,237 atau 23,7% maka dapat dikatakan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel independen (*Corporate Social Responsibility*) dan ukuran perusahaan terhadap variabel dependen nilai perusahaan sebesar 23,7% sedangkan sisanya sebesar 76,3% dipengaruhi atau dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model ini.

#### 4.4 Pengujian Hipotesis

##### 4.4.1 Uji t

Pengujian ini bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variable penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variable independen. Dengan tingkat signifikansi 5%, maka kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- a. Bila nilai signifikansi  $t < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara satu variabel independen terhadap variable dependen.
- b. Apabila nilai signifikansi  $t > 0,05$ , maka  $H_0$  diterima, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara satu variabel independen terhadap variabel dependen.

Dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 karena uji dua sisi maka 2,5% dan  $n = 36$  diperoleh  $t_{\text{tabel}}$  sebesar = 2,02809. Sedangkan  $t_{\text{hitung}}$  dilihat dari output olah data tabel 4.3.3 CSR adalah 2,925 ( $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ) maka berdasarkan uji t ini disimpulkan jumlah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014 -2016.

Sedangkan ukuran perusahaan jika dilihat  $t_{hitung}$  olahan data tabel 4.3.3 ukuran perusahaan sebesar 2,700 ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ) maka berdasarkan uji t ini di simpulkan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014 -2016.

## **4.5 Pembahasan**

### **4.5.1 Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan**

Berdasarkan penelitian yang telah di uji t CSR sebesar  $2,925 > 2,0280$  sehingga dapat dikatakan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Berarti semakin banyak pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan, semakin berpengaruh terhadap peningkatan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini memberikan arti bahwa investor memperhatikan laporan tanggung jawab sosial sebagai salah satu bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi. Apabila investor melihat perusahaan memiliki kinerja sosial dan lingkungan yang baik, maka akan muncul kepercayaan dari investor sehingga di respon positif melalui peningkatan harga saham perusahaan yang bersangkutan. Penelitian ini sesuai dengan fenomena yang telah dipaparkan di latar belakang yang menyatakan banyaknya pengungkapan CSR berpengaruh terhadap naik atau turunnya nilai perusahaan. Perusahaan yang mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial memiliki citra positif dimasyarakat dan khususnya dilingkungan bisnis. Artinya perusahaan yang dapat mempertahankan eksistensinya, maka akan meningkatkan pula nilai perusahaannya. Pengungkapan CSR perusahaan perlu dilakukan sebagai wujud tanggung jawab dan bentuk komunikasi perusahaan terhadap para *stakeholder*-nya mengenai kinerja dan kondisi perusahaan. Karena CSR merupakan suatu hal yang dapat mempengaruhi karakteristik perusahaan yang dapat berpengaruh juga nilai suatu perusahaan baik secara langsung dan tidak langsung.

Penelitian ini mendukung teori legitimasi, dimana hal ini ditunjukkan bahwa perusahaan sudah melakukan pengkomunikasian atau pelaksanaan tanggung

jawab sosial secara tepat dan benar. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan. Dan hasil penelitian ini juga mendukung teori *stakeholder*, yang berarti bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut (Ghozali dan Chairi, 2007) dalam (Anggrayani, 2016). Apabila perusahaan dapat memaksimalkan manfaat yang diterima *stakeholder* maka akan timbul kepuasan bagi *stakeholder* yang akan meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Rizaldi (2015) yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, yang berarti besar kecilnya praktik CSR mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan. dan penelitian ini tidak sejalan dengan Agustine (2014) yang menyatakan bahwa csr tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dikarenakan CSR merupakan ukuran yang tidak nyata dalam mempengaruhi investasi.

#### **4.5.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan**

Berdasarkan penelitian yang telah di uji t ukuran perusahaan sebesar  $2,700 > 2,0280$  sehingga dapat dikatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. hasil penelitian diketahui bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka semakin tinggi nilai perusahaan. perusahaan dengan pertumbuhan yang besar akan mendapatkan kemudahan dalam memasuki pasar modal karena investor menangkap sinyal yang positif terhadap nilai perusahaan yang memiliki pertumbuhan besar sehingga respon yang positif tersebut mencerminkan meningkatnya nilai perusahaan. ukuran perusahaan turut menentuka tingkat kepercayaan investor. Semakin besar perusahaan maka semakin dikenal oleh masyarakat yang artinya semakin mudah untuk mendapatkan informasi yang akan meningkatkan nilai perusahaan. Menurut Cecilia dkk (2015) semakin besar ukuran perusahaan maka perusahaan tersebut memiliki komitmen dan semakin mudah untuk memperbaiki kinerja perusahaan sehingga hal tersebut dapat menarik minat investor untuk menanamkan saham

diperusahaan. Kemudahan dalam mengendalikan aset perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian Penelitian ini sesuai dengan fenomena yang telah dipaparkan di latar belakang yang menyatakan investor akan menangkap sinyal positif terhadap perusahaan yang memiliki pertumbuhan yang besar, sehingga respon yang positif ini dapat mencerminkan meningkatnya nilai perusahaan (Prasetyorini, 2013). selain itu ukuran perusahaan yang dianggap mempermudah perusahaan dalam memperoleh sumber pendanaan baik bersifat internal maupun internal. Ukuran perusahaan yang besar biasanya lebih kuat dalam menghadapi goncangan ekonomi, sehingga investor menyukai perusahaan yang berukuran besar daripada perusahaan yang berukuran kecil

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori *stakeholder*, semakin besar ukuran perusahaan maka tuntutan *stakeholder* atas manfaat keberediaan perusahaan tersebut cenderung lebih besar (Rofiqkoh dan Priyadi, 2016). Semakin besar suatu perusahaan maka semakin tinggi kesejahteraan para pemegang saham. Hal ini ditunjukkan bahwa perusahaan sudah melakukan pengkomunikasian atau pelaksanaan tanggung jawab yang baik dan benar kepada *stakeholder*. Karena semakin besar aset yang dimiliki perusahaan maka perusahaan tidak lepas tuntutan untuk memiliki kinerja yang baik. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Rudangga dan Sudiarta (2016) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. hasil penelitian mengatakan ukuran perusahaan yang besar bisa menjamin nilai perusahaan tinggi, karena perusahaan besar mungkin berani melakukan investasi baru terkait ekspansi, sebelum hutang sudah terlunasi.