

**PENGARUH LIKUIDITAS DAN PROFITABILITAS
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN *CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) SEBAGAI VARIABEL
PEMODERASI**

**(Studi Pada Perusahaan Manufaktur Industri Makanan dan Minuman yang
Terdaftar di BEI Periode 2012-2016)**

SKRIPSI



**Oleh:
YANA QONITA AUFA
NIM: 13510081**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2018**

**PENGARUH LIKUIDITAS DAN PROFITABILITAS
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN *CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) SEBAGAI VARIABEL
PEMODERASI**

**(Studi Pada Perusahaan Manufaktur Industri Makanan dan Minuman yang
Terdaftar di BEI Periode 2012-2016)**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada:
Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)**



Oleh:

**YANA QONITA AUFA
NIM: 13510081**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2018**

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH LIKUIDITAS DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI Tahun 2012-2016

SKRIPSI

Oleh :

YANA QONITA AUFA

NIM : 13510081

Telah Disetujui, 17 Mei 2018
Dosen Pembimbing



Puji Endah Purnamasari, SE., MM
NIP. 19871002201503 2 004

Mengetahui :

Ketua Jurusan



Drs. Agus Sucipto, MM
NIP. 19670816200312 1 001

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH LIKUIDITAS DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI
(Studi Pada Perusahaan Manufaktur Industri Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2012-2016)

SKRIPSI

Oleh :

YANA QONITA AUFA
NIM: 13510081

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM)
Pada Tanggal 28 Maret 2019

Susunan Dewan Penguji

1. Ketua Penguji
Maretha Ika Prajawati, SE., MM :
NIP. 19890327 201801 2 002
2. Sekretaris/Pembimbing
Puji Endah Purnamasari, S.E., M.M. :
NIP. 19871002 201503 2 004
3. Penguji Utama
Drs. Agus Sucipto, M.M. :
NIP. 19670816 200312 1 001

Tanda Tangan



Dipertahankan Oleh :
Ketua Jurusan

Drs. Agus Sucipto, M.M.
NIP. 19670816 200312 1 001



SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yana Qonita Aufa
NIM : 13510081
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen

menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul :

PENGARUH LIKUIDITAS DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Industri Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2012-2016)

adalah hasil karya saya sendiri bukan “duplikasi dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila di kemudian hari ada “klaim” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi , tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 20 April 2018

Hormat saya,



MIETERAI
TEMPEL
7000 AEF536407925
5000
ENAM RIBU RUPIAH

Yana Qonita Aufa

NIM : 13510081

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT serta Sholawat kepada Rasulullah SAW kupersembahkan salah satu karya terbaik ini teruntuk :

Ayah dan Ibuku tercinta, Bapak Siswo Yuwono dan Ibu Pantja Fadjariana yang telah merawat dan memberikan do'a, kasih sayang, kesabaran dan segalanya. Motivator terbesar dalam hidup yang selalu mendoakan dan selalu memberikan support serta mendidik semua anak-anaknya dengan nilai nilai kebaikan.

Adik-adikku tersayang, Yana Valda Tsania Vasti dan Yana Maritza Laras Kandhi. Terima kasih atas doa dan dukungan. Semoga Allah senantiasa memberkahi dan memberikan masa depan yang terbaik kelak.

Keluarga besar Soenarko dan Yahya Dwi Hermawan yang juga tak pernah luput memberikan do'a , motivasi dan nasihat. Semoga senantiasa diberikan kesehatan dan kebaikan.

Sahabat-sahabatku, Arinda, Alva, Lidya, Pipit, Nonie dan Pipah. Terima kasih atas support dan kebersamaanya selama ini. Ketika semangat mulai turun, kalian selalu memberikan semangat. Semoga persahabatan ini tidak akan pernah lekang oleh waktu.

Ade Aqsha Albanna Andalusi yang selalu menemani dengan sabar dan tak pernah bosan mendengarkan keluhan tentang sulitnya ini dan itu. Tak pernah lelah memberikan semangat saat semangat mulai goyah.

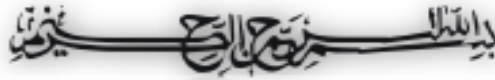
MOTTO

“May the Force be with you” - Star Wars-

“Sesungguhnya bersama kesulitan pasti ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain)”
(QS 94: 6-7)

“Yang akan tegak hidupnya adalah orang-orang yang bermental wiaswasta, yang tidak priyayi, yang ulet, yang bersedia bekerja keras”
(Emha Ainun Najib)

KATA PENGANTAR



Puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat melaksanakan penelitian ini dengan baik, lancar dan selamat, hingga akhirnya tersusun sebuah skripsi yang berjudul “Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)* Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2012-2016)” .

Sholawat serta salam dicurahkan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW, yang telah membawa kita dari kegelapan menuju jalan kebaikan yakni Din al-Islam.

Dalam terselesainya penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis sampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada pihak-pihak yang telah ikhlas membantu proses penyelesaian skripsi ini dengan bimbingan dan sumbangan pemikirannya, khususnya kepada :

1. Prof.Dr. Abdul Haris, M.Ag , selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag , selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Drs. Agus Sucipto, MM , selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Puji Endah Purnamasari, SE., MM , selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan kami di sela-sela kesibukan beliau, demi membantu terselesaikannya skripsi ini.

5. Muhammad Sulhan, SE., MM , selaku wali dosen saya yang turut membantu melancarkan aktivitas perkuliahan hingga proses penyelesaian skripsi ini.
6. Kedua orang tua (Siswo Yuwono dan Pantja Fadjariana) yang tidak henti-hentinya memberikan dukungan moril dan materil serta do'a restu untuk penulis di setiap langkahnya.
7. Ade Aqsha Albanna Andalusi, terima kasih untuk segala waktu, kasih sayang dan semangat dan segalanya yang diberikan untuk penulis.
8. Wanita-wanita cantik ku. Alva, Arinda, Lidya dan Pipit. Kalian luar biasa.
9. Segenap civitas akademika fakultas Ekonomi, seluruh dosen, dan administrasi, terimakasih untuk segala ilmu yang diberikan serta bantuan hingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.
10. Teman-teman Manajemen angkatan 2013. Terima kasih atas hari-hari indah semasa kuliah.
11. Dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan support bantuan langsung maupun tak langsung dalam penulisan skripsi ini.

Semoga amal baik yang telah Bapak / Ibu serta rekan-rekan berikan kepada penulis mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini jauh dari sempurna, untuk itu kritik yang konstruktif dari pembaca sangat penulis harapkan demi kesempurnaan penulisan kami selanjutnya.

Akhirnya semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi masyarakat pada umumnya dan khususnya di dalam dunia perekonomian. Aamiin yaa Robbal 'Alamiin..

Malang, 9 Maret 2018

Hormat Saya

Yana Qonita Aufa



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	16
1.3 Tujuan Penelitian	16
1.4 Manfaat Penelitian	17
1.5 Batasan Penelitian	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	32
2.2 Kajian Teori	
2.2.1 Teori Signaling.....	34
2.2.2 Teori <i>Stakeholders (Stakholders Theory)</i>	36
2.2.3 Teori <i>Legitimasi (Legitimasi Theory)</i>	37
2.2.4 Teori Kontrak Sosial Perusahaan <i>(Social Contract Corporate)</i>	37
2.2.5 Nilai Perusahaan	38
2.2.6 Profitabilitas	42
2.2.7 Likuiditas	47
2.2.8 <i>Corporate Social Responsibility(CSR)</i>	52
2.3 Kerangka Konsep Penelitian	74
2.4 Hipotesis.....	75
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	80
3.2 Lokasi Penelitian	81
3.3 Populasi dan Sampel	82
3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	85
3.5 Data dan Jenis Data	87
3.6 Teknik Pengambilan Data	87
3.7 Variabel dan Definisi Operasional Variabel	87

3.8 Analisa Data	90
3.8.1 Analisis Deskriptif	91
3.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	92
3.8.3 Uji Hipotesis.	97
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian	99
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	107
4.1.2 Hasil Analisis Deskriptif.....	107
4.1.3 Hasil Uji Asumsi Klasik	117
4.1.4 Hasil Uji Hipotesis.....	118
4.2 Pembahasan.....	125
4.2.1 Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan.....	128
4.2.2 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.....	130
4.2.3 Pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan dengan <i>Corporate SocialResponsibility</i> sebagai variabel pemoderasi.....	132
4.2.4 Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan <i>Corporate SocialResponsibility</i> sebagai variabel pemoderasi.....	132
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	135
5.2 Saran.....	136
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Pemetaan Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 2.2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian sekarang dan Penelitian Terdahulu	31
Tabel 2.3 Daftar Indikator Pengungkapan CSR menurut GRI Standard Khusus G4	58
Tabel 3.1 Daftar Perusahaan subsektor makanan dan minuman.....	..
Tabel 3.2 Daftar Sampel Perusahaan yang terdaftar di BEI sub sektor Makanan dan Minuman.....	77
Tabel 3.3 Kriteria Pengambilan Sampel	78
Tabel 4.1 Data Perkembangan Likuiditas Perusahaan Makanan dan Minuman.....	100
Tabel 4.2 Data Perkembangan Profitabilitas (ROA) Perusahaan Makanan dan Minuman	104
Tabel 4.3 Data Perkembangan Profitabilitas (ROE) Perusahaan Makanan dan Minuman.....	105
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas	109
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas	110
Tabel 4.6 Hasil Uji Heterokedastisitas	111
Tabel 4.7 Hasil Koefisien Determinasi	112
Tabel 4.8 Hasil Uji-t.....	113
Tabel 4.9 Hasil Uji Moderasi Tahap 1	114
Tabel 4.10 Uji Moderasi Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan.....	115
Tabel 4.11 Hasil Uji Moderasi Tahap 2	116
Tabel 4.12 Uji Moderasi Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan	116

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Perkembangan Harga Saham Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2012-2016.....	12
Grafik 4.1 Perkembangan Likuiditas (CR) Perusahaan Makanan dan Minuman Pertumbuhan Ekonomi Indonesia tahun 2012-2016.....	100
Grafik 4.2 Perkembangan Likuiditas (QR) Perusahaan Makanan dan Minuman.....	101
Grafik 4.3 Perkembangan Profitabilitas (ROA) Perusahaan Makanan dan Minuman.....	104
Grafik 4.4 Perkembangan Profitabilitas (ROE) Perusahaan Makanan dan Minuman.....	105
Grafik 4.5 Perkembangan PBV Perusahaan Makanan dan Minuman 2012-2016.....	107
Grafik 4.6 Perkembangan Nilai Corporate Social Responsibility Perusahaan Makanan dan Minuman 2012-2016.....	108



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Investasi industri makanan dan minuman yang mendominasi investasi industri manufaktur	10
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	67
Gambar 2.2 Model hubungan regresi dengan variabel moderating	86



ABSTRAK

Aufa, Yana Qonita. 2018. SKRIPSI. Judul : “Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Perusahaan Manufaktur subsector Makanan dan Minuman di BEI Tahun 2012-2016)”

Pembimbing : Puji Endah Purnamasari, SE., MM

Kata Kunci : Likuiditas, Profitabilitas, Nilai Perusahaan, *Corporate Social Responsibility*

Nilai perusahaan merupakan suatu bentuk pencapaian perusahaan yang dilihat dari sudut pandang beberapa pihak seperti para investor yang mengaitkan nilai sebuah perusahaan dari harga sahamnya. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan antara lain profitabilitas, likuiditas, dan *Corporate Social Responsibility*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh profitabilitas dan likuiditas terhadap nilai perusahaan melalui *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel moderasi pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 7 perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2012-2016. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan dan pengungkapan CSRI yang bersumber dari laporan keuangan perusahaan yang dipublikasikan oleh Bursa Efek Indonesia. Metode analisis yang digunakan Pengujian hipotesis penelitian digunakan teknik analisis regresi linier berganda dan *Moderating Regression Analysis* (MRA) dengan bantuan *software* SPSS 16.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan. Likuiditas berpengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian kedua menunjukkan bahwa profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan dan likuiditas berpengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan. Variabel profitabilitas dan likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, serta *Corporate Social Responsibility* mampu memperkuat pengaruh profitabilitas dan likuiditas terhadap nilai perusahaan.

ABSTRACT

Aufa, Yana Qonita. 2018. Research. Title: "The Effect of Liquidity and Profitability on Company Values with Corporate Social Responsibility (CSR) as a Moderating Variable (Study of the Food and Beverage Subsector Manufacturing Company on the IDX in 2012-2016)"

Advisor: Puji Endah Purnamasari, SE., MM

Keywords: Liquidity, Profitability, Company Value, Corporate Social Responsibility

The company value is a form of corporate achievement that is seen from the perspective of some parties such as investors who associate the value of a company from its stock price. Some factors that can affect the value of the company, such as profitability, liquidity, and Corporate Social Responsibility. This research aims to determine the effect of liquidity and profitability on company value by disclosing Corporate Social Responsibility (CSR) as a moderating variable in food and beverage companies listed on the IDX.

This type of research is quantitative research with a descriptive approach. The sample used in this research was obtained by 7 companies of food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the period 2012-2016. This research used secondary data obtained from financial statements and CSRI disclosures sourced from the company's financial statements published by the Indonesia Stock Exchange. The analytical method used Testing the research hypothesis used multiple linear regression analysis techniques and the Moderating Regression Analysis (MRA) with the help of SPSS 16 software.

The results of research showed that profitability had a significant and positive effect on company value. The liquidity had a significant and positive effect on company value. The second, it showed that profitability and Corporate *Social Responsibility* a significant and positive effect against company value and liquidity had significant and positive effect toward company value. Profitability and liquidity variables have a positive and significant effect on company value, and Corporate Social Responsibility variables can strengthen the influence of profitability and liquidity on company value

المستخلص

أوفي، يانا فنيته. 2018. البحث. العنوان: "تأثير السيولة والربحية على قيم الشركة ذات المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) كمتغير معتدل (دراسة لشركة تصنيع القطاعات الفرعية للأطعمة والمشروبات على BEI في 2016-2012).

المشرف : بوجي إنداه بورناماساري، الماجستير

الكلمات الأساسية : السيولة والربحية وقيمة الشركة والمسؤولية الاجتماعية للشركات

قيمة الشركة هي تصور المستثمر لمستوى نجاح الشركة الذي يرتبط غالبًا بأسعار الأسهم. العوامل التي تؤثر على قيمة الشركة السيولة والربحية وكلاهما له علاقة وتأثير على قيم الشركات غير المتسقة. العامل الأول الذي يؤثر على قيمة الشركة هو السيولة. ترتبط السيولة بمشكلة قدرة كيان تجاري على تلبية احتياجاته المالية التي يجب الوفاء بها. أما الربحية هي قدرة الشركة على توليد الأرباح لفترة معينة. يهدف هذا البحث إلى معرفة تأثير السيولة والربحية على قيمة الشركة من خلال الكشف عن المسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) كمتغير معتدل في شركات الأطعمة والمشروبات في بورصة إندونيسيا (BEI).

نوع هذا البحث هو البحث الكمي مع المنهج الوصفي. استخدمت الباحثة العينة في هذا البحث 7 من المجتمع 17 شركة للأطعمة والمشروبات مدرجة في بورصة إندونيسيا (BEI) للفترة 2016-2012. استخدمت الباحثة في هذا البحث البيانات الثانوية التي حصلت عليها من البيانات المالية وإفصاحات CSRI المستمدة من البيانات المالية للشركة التي نشرتها بورصة إندونيسيا. استخدمت الباحثة الطريقة للتحليل تجربة فروض البحث استخدمت تقنيات تحليل الانحدار الخطي المتعددة وتحليل الانحدار المتوسط (MRA) بمساعدة برنامج SPSS 16.

نتائج البحث، أوال، نموذج البحث يظهر أن ربحية تؤثر كبريا وإيجابيا على سياسة توزيع الأرباح، يف حني أن السيولة تؤثر كبريا وسلبيا على سياسة توزيع الأرباح. ثانيا، الربحية وسياسات توزيع الأرباح تؤثر كبريا وإيجابيا على قيمة الشركة، يف حني أن السيولة تؤثر كبريا وسلبيا على قيمة الشركة. الربحية تؤثر كبريا وسلبيا على قيمة الشركة من خلال سياسة توزيع الأرباح كمتغري التدخل ، يف حني السيولة تؤثر كبريا وسلبيا على قيمة الشركة من خلال سياسة توزيع الأرباح كمتغري التدخل

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era modern ini banyak terdapat perusahaan yang bergerak di berbagai macam sektor yang bersaing sangat ketat. Setiap perusahaan yang didirikan bertujuan untuk mendapatkan laba. Dan tentunya perusahaan menginginkan laba yang terus meningkat dari waktu ke waktu. Untuk itu perusahaan perlu menjamin keberlanjutan. Saat ini informasi keuangan yang hanya dalam bentuk laba saja tidak cukup untuk menjamin keberlanjutan perusahaan. Perusahaan perlu memberikan informasi lain yang dibutuhkan oleh *stakeholder* dalam hal pengambilan keputusan (Hastuti, 2014). Rika (2010) dan Alfredo (2011) menjelaskan bahwa didirikannya sebuah perusahaan memiliki tujuan yang jelas, tujuan perusahaan yang pertama adalah untuk mencapai keuntungan maksimal atau laba yang sebesar-besarnya. Tujuan perusahaan yang kedua adalah ingin memakmurkan pemilik perusahaan atau para pemilik saham. Sedangkan tujuan perusahaan yang ketiga adalah memaksimalkan nilai perusahaan yang tercermin pada harga sahamnya. Ketiga tujuan perusahaan tersebut sebenarnya secara substansial tidak banyak berbeda. Hanya saja penekanan yang ingin dicapai oleh masing-masing perusahaan berbeda antara yang satu dengan yang lainnya.

Perusahaan sebagai entitas ekonomi lazimnya memiliki tujuan jangka pendek dan jangka panjang. Dalam jangka pendek perusahaan bertujuan memperoleh laba secara maksimal dengan menggunakan sumber daya yang ada,

sementara dalam jangka panjang tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan tergambar dari harga saham perusahaan bersangkutan. Semakin tinggi harga saham berarti semakin tinggi nilai perusahaan.

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang terikat erat dengan harga sahamnya (Sujoko dan Soebiantoro, 2007). Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi dan meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan (Hermuningsih, 2013). Nilai perusahaan juga dapat diukur dari suatu ekuitas ditambah nilai pasar hutang. Dengan demikian, penambahan dari jumlah ekuitas perusahaan dapat mencerminkan nilai perusahaan.

Nilai perusahaan juga dapat diukur dengan PBV (*Price to Book Value*), yaitu perbandingan antara harga saham dengan nilai buku per saham atau *book value per share* (Sundjaja dan Berlian, 2002:109). Indikator *Price Book Value* (PBV) digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh suatu perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan relative terhadap jumlah modal yang diinvestasikan, semakin tinggi rasio tersebut semakin berhasil perusahaan menciptakan nilai perusahaan relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan, semakin tinggi rasio tersebut semakin berhasil perusahaan menciptakan nilai bagi pemegang saham, dengan mengetahui rasio PBV, investor bisa mengidentifikasi saham mana yang harganya wajar, *undervalued*, dan *overvalued*. Penggunaan PBV

sebagai proksi yang mewakilkan nilai perusahaan juga digunakan pada sebagian besar penelitian ini.

Faktor pertama yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah likuiditas. Manajemen likuiditas harus mampu memberi kontribusi untuk realisasi penciptaan nilai perusahaan (Michalski, 2010). Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban jangka pendek perusahaan. Likuiditas menjadi perhatian serius pada perusahaan (Ademola, 2012). Perusahaan yang memiliki likuiditas baik maka akan dianggap memiliki kinerja yang baik oleh investor. Hal ini akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan.

Likuiditas berhubungan dengan masalah kemampuan suatu badan usaha untuk memenuhi kebutuhan finansialnya yang harus dipenuhi. Tingkat likuiditas dan faktor-faktor yang mempengaruhinya perlu diperhatikan oleh pihak internal perusahaan sebagai dasar untuk menentukan kebijakan bagi perkembangan suatu badan usaha dari tahun ke tahun. Tingkat likuiditas bagi perusahaan yaitu untuk mengetahui apakah perusahaan yang bersangkutan memerlukan uang yang cukup di pergunakan secara lancar dalam menjalankan usahanya. Pada dasarnya dalam mengukur tingkat likuiditas perusahaan dapat diukur dengan posisi modal kerja perusahaan yang berjalan dari laba yang didapatkan dalam periode tertentu dimana modal tersebut dapat menunjukkan tingkat keamanan (*margin of safety*) kreditur jangka pendek. Kemampuan perusahaan untuk membayar hutang-hutang tersebut juga dapat dengan membandingkan aktiva lancar yang ada dengan hutang yang sudah diambil oleh perusahaan tersebut. Semakin tinggi likuiditas

perusahaan, semakin banyak dana tersedia bagi perusahaan untuk membayar dividen, membiayai operasi dan investasinya, sehingga persepsi investor pada kinerja perusahaan akan meningkat. Harga saham diduga akan meningkat pula dan PBV akan terpengaruh secara menguntungkan.

Pada pengaruh Alfredo Mahendra (2012) dan Prisilia (2013) Likuiditas merupakan indikator kemampuan perusahaan untuk membayar atau melunasi kewajiban-kewajiban finansialnya pada saat jatuh tempo dengan mempergunakan aktiva lancar yang tersedia. Terdapat dua macam likuiditas yang biasa dipergunakan dalam perusahaan, yaitu *Current Ratio* (CR) yang merupakan perbandingan antara aktiva lancar dengan hutang lancar dan *Quick Ratio* (QR) yang merupakan perimbangan antara jumlah aktiva lancar dikurangi persediaan dengan jumlah hutang lancar (Harjito & Martono, 2002:55). Alfredo Mahendra (2012) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil serupa diungkapkan oleh Prisilia (2013) yang mengungkapkan bahwa likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Profitabilitas sendiri merupakan rasio dari efektifitas manajemen berdasarkan hasil pengembalian yang dihasilkan dari penjualan dan investasi. Rasio yang meningkat menunjukkan bahwa kinerja manajemen meningkat dalam mengelola sumber dana pembiayaan operasional efektif untuk menghasilkan laba bersih (profitabilitas meningkat). Menurut Analisa (2011), nilai perusahaan dapat pula dipengaruhi oleh besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan. Jadi, dapat dikatakan bahwa selain memperhatikan

efektifitas manajemen dalam mengelola investasi yang dimiliki perusahaan, investor juga memperhatikan kinerja manajemen yang mampu mengelola sumber dana pembiayaan secara efektif untuk menciptakan laba bersih yang maksimum. Sehingga investor dapat melihat seberapa efisien perusahaan dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya untuk menghasilkan keuntungan yang menjadi tujuan sebuah perusahaan (Kusumajaya, 2011).

Suatu perusahaan untuk dapat melangsungkan aktivitas operasinya, haruslah berada dalam keadaan yang menguntungkan (*profitable*). Tanpa adanya keuntungan akan sulit bagi perusahaan untuk menarik modal dari luar. Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi akan memberikan indikasi prospek perusahaan yang baik sehingga dapat memicu investor untuk ikut meningkatkan permintaan saham. Dalam penelitian ini rasio profitabilitas diukur dengan *Return on Assets (ROA)* dan *Return On Equity (ROE)*. *Return on Assets (ROA)* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (profit) dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya. *Return on Assets (ROA)* merupakan rasio perbandingan antara laba setelah pajak (*net income after tax*) terhadap total asset. Alasan penggunaan variabel *Return on Assets (ROA)* dalam penelitian ini adalah karena ROA memiliki banyak keunggulan. Salah satunya adalah *Return on Assets (ROA)* dapat mengukur efisiensi penggunaan modal yang menyeluruh, yang sensitif terhadap setiap hal yang mempengaruhi keadaan perusahaan. *Return on Assets (ROA)* merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih untuk pengembalian ekuitas terhadap pemegang saham. *Return on*

Assets(ROA) menunjukkan keuntungan yang akan dinikmati oleh pemilik saham. Adanya pertumbuhan *Return on Assets(ROA)* menunjukkan prospek perusahaan yang semakin baik karena berarti adanya potensi peningkatan keuntungan yang diperoleh perusahaan sehingga akan meningkatkan kepercayaan investor serta akan mempermudah manajemen perusahaan untuk menarik modal dalam bentuk saham. Apabila terdapat kenaikan permintaan saham suatu perusahaan, maka secara tidak langsung akan menaikkan harga saham tersebut di pasar modal.

Penilaian terhadap nilai perusahaan hanya memberikan gambaran satu sisi saja, oleh sebab itu diperlukan lagi tambahan data agar dapat lebih baik. Dimana pengambilan keputusan ekonomi saat ini, tidak hanya semata-mata memperhatikan nilai perusahaan dengan mengukur kinerja keuangan entitas, tetapi ada faktor lain yang menjadi bahan pertimbangan investor yaitu informasi sosial yang dilaporkan dalam laporan tahunan. Hal ini mendorong perusahaan dihadapkan pada *triple bottom lines* yaitu pengungkapan aspek keuangan, sosial, dan lingkungan secara sekaligus. Laporan yang berhubungan dengan tiga aspek itu dikenal dengan sebutan laporan berkelanjutan (*sustainability reporting*). *Sustainability reporting* merupakan suatu pengungkapan, pengukuran, dan upaya akuntabilitas dari kinerja organisasi untuk pencapaian tujuan pembangunan stakeholder internal maupun eksternal. Perusahaan tidak hanya mengoptimalkan kinerja laba perusahaan saja, melainkan ikut serta juga dalam memperhatikan lingkungan masyarakat yang dikenal dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Disamping masih menjadi topik perdebatan, di sisi lain perhatian perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)* masih sangat kurang, walaupun sudah banyak digencarkan, terbukti pada penelitian yang dilakukan oleh Kompas pada tahun 2007 menunjukkan bahwa eksistensi *Corporate Social Responsibility* masih diragukan, dimana dari hasil penelitiannya menunjukkan hampir 70% perusahaan di Indonesia belum melaksanakan *Corporate Social Responsibility*, karena sebagian besar masih menganggap bahwa *Corporate Social Responsibility* adalah beban operasi produksi.

Hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan yang melaksanakan *Corporate Social Responsibility* akan mendapatkan respon dari para pelaku pasar. Hal ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (UU PT), yang disahkan pada 20 Juli 2007. Pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas menyatakan : (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). (2) TJSL merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang undangan.

Dengan adanya peraturan ini, perusahaan khususnya perseroan terbatas yang bergerak di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam harus melaksanakan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat. Sanksi pidana mengenai pelanggaran *Corporate Social Responsibility (CSR)* pun terdapat di

dalam Undang- Undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup (UUPLH) Pasal 41 ayat (1) yang menyatakan: “Barangsiapa yang melawan hukum dengan sengaja melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan/atau perusakan lingkungan hidup, diancam dengan pidana penjara paling lama sepuluh tahun dan denda paling banyak lima ratus juta rupiah”. Selanjutnya, Pasal 42 ayat (1) menyatakan: “Barangsiapa yang karena kealpaannya melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan/atau perusakan lingkungan hidup, diancam dengan pidana penjara paling lama tiga tahun dan denda paling banyak seratus juta rupiah”.

Corporate Social Responsibility (Tanggung Jawab Sosial Perusahaan) sering dianggap inti dari etika bisnis, yang berarti bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomi dan legal (artinya kepada pemegang saham atau *shareholder*) tetapi juga kewajiban-kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholder*) yang jangkauannya melebihi kewajiban-kewajiban di atas (ekonomi dan legal). Tanggung jawab sosial dari perusahaan / *Corporate Social Responsibility* merujuk pada semua hubungan yang terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua *stakeholder*, termasuk di dalamnya adalah pelanggan atau *customers*, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, pemerintah, *supplier* bahkan juga kompetitor.

Corporate Social Responsibility merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan. Semakin banyak bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, image

perusahaan menjadi meningkat. Investor lebih berminat pada perusahaan yang memiliki citra yang baik dimasyarakat karena semakin baik citra perusahaan, loyalitas konsumen semakin tinggi. Dengan meningkatnya loyalitas konsumen, maka penjualan akan meningkat dan profitabilitas terus bertambah

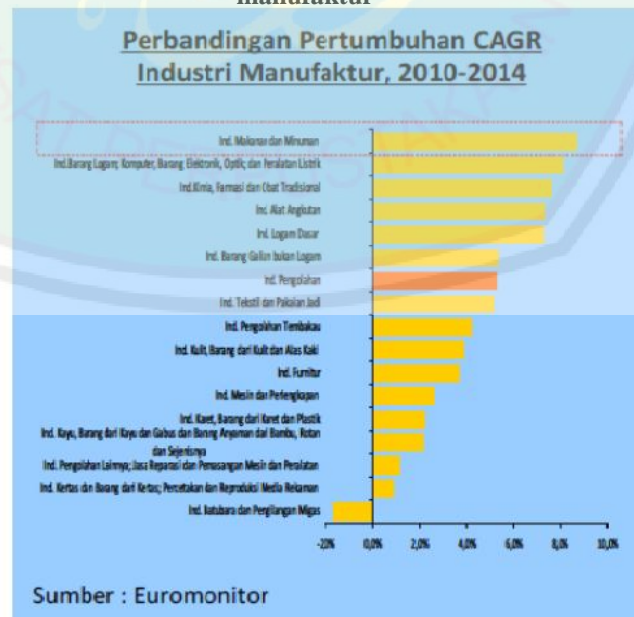
Pengembangan program-program sosial perusahaan dapat berupa bantuan fisik, pelayanan kesehatan, pembangunan masyarakat (*community development*), *outreach*, beasiswa dan sebagainya. *Corporate Social Responsibility* tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja. Tapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines*. Di sini *bottom lines* lainnya selain finansial juga ada sosial dan lingkungan, karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*). Keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup. Sudah menjadi fakta bagaimana resistensi masyarakat sekitar, di berbagai tempat dan waktu muncul ke permukaan terhadap perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan aspek-aspek sosial, ekonomi dan lingkungan hidup.

Perusahaan yang terdaftar di BEI terdiri dari beberapa sektor, dimana salah satu sektor yang diminati investor adalah sektor manufaktur. Pertumbuhan atas penjualan merupakan salah satu hal penting atas produk dan jasa perusahaan tersebut dari penerimaan pasar, dimana untuk mengukur tingkat pertumbuhan penjualan tersebut adalah dari pendapatan yang dihasilkan atas penjualan tersebut (Taufiqurahman, Syaraswati dan Puspita, 2012 : 122). Berkaitan dengan

pertumbuhan penjualan, perusahaan harus memiliki strategi yang tepat untuk memenangkan dan dapat bersaing agar dapat menarik konsumen untuk selalu memilih produknya.

Ada beberapa sektor industri manufaktur yang tumbuh tinggi, salah satunya adalah sektor industri makanan dan minuman. Saat ini industri makanan dan minuman di Indonesia berkembang semakin pesat. Indonesia dinilai masih menjadi magnet bagi pelaku usaha global untuk menanamkan modal dan memutar dana investasi. Salah satu bisnis yang terus memikat adalah bisnis makanan dan minuman (Anugrah, 2015). Melihat dari grafik laju pertumbuhan majemuk tahunan (**Compound Annual Growth Rate/ CAGR**) yaitu ukuran untuk menghitung seberapa besar pertumbuhan investasi setiap tahunnya (www.catataninvestor.com).

Gambar 1.1
Investasi industri makanan dan minuman yang mendominasi investasi industri manufaktur



Sektor industri makanan dan minuman memiliki daya tarik yang tinggi bagi para investor. Data Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) menunjukkan, rasio investasi sektor makanan dan minuman periode 2010-2014 mencapai angka 46%. Minat investasi sektor industri makanan dan minuman yang makin tinggi, mempengaruhi para investor asing untuk berinvestasi. Pada November 2014 sampai Maret 2015 tim BKPM mengidentifikasi adanya minat investasi industri makanan dan minuman yang berasal dari Jepang, Korea Selatan, dan Amerika Serikat senilai USD 1,6 milyar (Gumelar, 2015). Selain itu prospek yang dimiliki oleh perusahaan sektor ini sangat baik karena pada dasarnya setiap masyarakat membutuhkan makanan dan minuman dalam hidup.

Sepanjang tahun 2016 hingga semester pertama usai, kinerja penjualan emiten-emiten sub sektor makanan dan minuman. Para investor kini mulai melirik perusahaan makanan dan minuman di Indonesia karena laju pertumbuhan pada sektor ini melaju cukup pesat. Rata-rata pertumbuhan aset perusahaan manufaktur tahun 2012-2016 ada yang mengalami peningkatan dan penurunan setiap tahun dilihat dari ICMD (*Indonesia Capital Market Directory*). Dan peneliti menggunakan perusahaan manufaktur Subsector Makanan dan Minuman sebagai objek penelitian karena prospek dan perkembangan subsector makanan dan minuman sangat menjanjikan. Pertumbuhan industri makanan dan minuman akan tetap baik bahkan terus mengalami kenaikan pada tahun-tahun mendatang. Industri makanan masih akan tetap menjadi andalan sektor industri pengolahan non migas. Demikian dikatakan Dirjen Industri Agro, Kementerian Perindustrian, Benny Wahyudi, dalam acara Workshop Pendalaman Kebijakan Industri di

Bandung, Jawa Barat, Jumat (22/3/2013). Berikut ini adalah perkembangan rata-rata harga saham perusahaan makanan dan minuman periode 2012-2016:

Grafik 1.1

Perkembangan Harga Saham Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2012-2016



Sumber : ICMD (*Indonesia Capital Market Directory*) (diolah oleh peneliti).

Berdasarkan grafik diatas dapat kita ketahui bahwa pada perkembangan rata-rata harga saham perusahaan makanan dan minuman tahun 2012-2016 terjadi kenaikan dalam 5 tahun berturut-turut dari tahun 2012 sampai dengan 2016. Yaitu pada tahun 2012 rata-rata harga saham Rp. 65.890, meningkat tahun 2013 sebesar Rp. 110.559. Setelah itu mengalami peningkatan lagi sampai dengan tahun 2014 menjadi sebesar Rp. 184.600. Pada tahun 2015 meningkat sebanyak Rp. 191.953. Dan tahun 2016, harga saham perusahaan makanan dan minuman meningkat sebesar Rp. 296.300.

Subsektor makanan dan minuman pada industri manufaktur memiliki peranan penting dalam pertumbuhan nilai Produk Domestik Bruto (PDB) di Indonesia, lebih dari 50 persen produk domestik bruto di Indonesia ditopang oleh

sub sektor makanan dan minuman. Perusahaan makanan dan minuman memiliki perputaran barang yang cepat sehingga investor lebih cepat mendapatkan keuntungan, karena masyarakat Indonesia cenderung bersifat konsumtif dalam pemenuhan kebutuhan pokok dalam hal sandang, pangan, dan papan.

Setidaknya terdapat tiga alasan penting mengapa perusahaan makanan dan minuman harus melaksanakan *Corporate Social Responsibility*, khususnya terkait dengan perusahaan ekstraktif (Yusuf: 2007). Pertama, perusahaan merupakan bagian dari masyarakat dan oleh karenanya wajar bila perusahaan memperhatikan kepentingan masyarakat. Perusahaan harus menyadari bahwa mereka beroperasi dalam satu tatanan lingkungan masyarakat. Kegiatan sosial berfungsi sebagai kompensasi atau upaya imbal balik atas penguasaan sumber daya alam atau sumber daya ekonomi oleh perusahaan yang kadang bersifat ekspansif dan eksploratif, disamping sebagai kompensasi sosial karena timbul ketidaknyamanan (*discomfort*) pada masyarakat seperti pencemaran limbah pabrik dan lain lain. Kedua, kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat simbiosis mutualisme. Untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat, setidaknya izin untuk melakukan operasi yang sifatnya kultural. Wajar bila perusahaan juga dituntut untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat, sehingga bisa tercipta harmonisasi hubungan bahkan pendongkrakan citra dan performa perusahaan. Ketiga, kegiatan *Corporate Social Responsibility* merupakan salah satu cara untuk meredam atau bahkan menghindarkan konflik sosial. Potensi konflik itu bisa berasal akibat dari dampak operasional perusahaan atau akibat

kesenjangan struktural dan ekonomis yang timbul antara masyarakat dengan komponen perusahaan.

Beberapa penelitian yang dilakukan sebelumnya terdapat inkonsistensi hasil penelitian. Menurut penelitian yang dilakukan Analisa (2011) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Alfredo Mahendra (2012) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang selanjutnya yaitu penelitian oleh Iqbal dkk (2011) yang menunjukkan hasil bahwa pengaruh profitabilitas terhadap kebijakan hutang perusahaan bernilai negatif, secara statistik temuan ini tidak signifikan, namun secara arah hipotesis temuan ini mendukung hipotesis *pecking order theory*. Susanti dan Santoso (2011) dengan judul yaitu Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai variabel moderasi menghasilkan temuan bahwa tingkat profitabilitas perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Variabel *Corporate Social Responsibility* sebagai pemoderasi mampu mempengaruhi hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan secara positif. Demikian juga profitabilitas berpengaruh positif terhadap kebijakan deviden. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Rosiana (2013) menyatakan bahwa *corporate social responsibility* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Kemudian penelitian lain oleh Putra, dkk (2013) juga menghasilkan bahwa *corporate social responsibility* memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan yang kemudian menggunakan *corporate governance* sebagai

pemoderasi dengan hasil yang positif signifikan. Demikian pula penelitian yang dilakukan oleh AdisasmitaRahardjo (2013). Hasil penelitian ini bahwa variabel profitabilitas dan variable kebijakan dividen memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan kebijakan utang dan kepemilikan manajerial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun berbeda dengan hasil penelitian Purwaningsih dan Wirajaya (2014) bahwa kinerja berpengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan, tetapi *Corporate Social Responsibility* tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, serta pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tidak mampu memoderasi pengaruh kinerja keuangan dengan nilai perusahaan. Menurut Mahdaleta dan Utama (2016) ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Dari beberapa teori dan penelitian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang lebih lanjut terhadap pengaruh likuiditas dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi untuk menemukan kesimpulan yang tepat dan berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam hal tersebut. Dalam penelitian ini, sampel yang digunakan adalah perusahaan-perusahaan manufaktur makanan dan minuman (*food and beverage*) yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) karena melihat tingkat pertumbuhan aset perusahaan dan minat investor terhadap perusahaan manufaktur lebih besar. Berdasarkan paparan latar belakang diatas, maka peneliti ingin melakukan penelitian guna mengetahui hasil yang sebenarnya terjadi data yang relevan.

Dari uraian diatas maka peneliti mengambil penelitin yang berjudul **“Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Perusahaan Manufaktur subsector Makanan dan Minuman di BEI Tahun 2012-2016)**

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah *likuiditas* dan *profitabilitas* berpengaruh atau tidak terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) ?
2. Apakah *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) dapat memperkuat pengaruh *likuiditas* dan *profitabilitas* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui *likuiditas dan profitabilitas* berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
2. Untuk mengetahui *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) dapat memperkuat pengaruh *likuiditas* dan *profitabilitas* terhadap nilai perusahaan perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan sebagai bahan masukan / evaluasi bagi perusahaan agar dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan terkait dengan masalah likuiditas dalam suatu perusahaan sebagai upaya untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat memberikan pengalaman belajar dan kesempatan untuk menerapkan ilmu-ilmu yang didapatkan selama di bangku kuliah dan sebagai bahan perbandingan antara hal-hal yang bersifat teoritis dan praktis dalam kehidupan nyata sehingga dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan serta dapat dijadikan dasar untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya / Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan / menambah wawasan dan pengetahuan yang baru berkaitan dengan Pengaruh likuiditas dan profitabilitas dan CSR serta dampaknya terhadap nilai perusahaan

1.5 Batasan Penelitian

Batasan Penelitian Masalah yang diangkat dalam penelitian ini terlalu luas jika diteliti secara menyeluruh. Maka dari itu agar masalah tidak melebar penulis hanya meneliti *Likuiditas* (ROE) dan *Profitabilitas* (ROA) sebagai

variabel independen, nilai perusahaan sebagai variabel dependen, *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* sebagai variabel pemoderasi.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Hasil Penelitian Terdahulu

Sebelum dilakukannya penelitian ini, telah dilakukan beberapa penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu yang terkait dengan analisa variabel likuiditas dan profitabilitas terhadap penilaian perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility*(CSR) sebagai variabel moderasi. Beberapa penelitian yang berkaitan dengan nilai perusahaan, telah diteliti oleh beberapa penelitian, antara lain :

Masiyah dan Wirakusuma (2009) dalam skripsinya berjudul “*Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Mempertimbangkan Corporate Social Responsibility Dan Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi*”. Dalam penelitian ini, variabel dependennya Kinerja Keuangan, variabel independen Nilai perusahaan, sedangkan variabel moderasinya *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Corporate Governance* (GCG). Sampel penelitian pada perusahaan manufaktur industri yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta Periode 2005-2006. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ROA berpengaruh terhadap Nilai perusahaan, *Corporate Social Responsibility* mampu memoderasi hubungan antara ROA dan nilai perusahaan, akan tetapi kepemilikan manajerial tidak mampu memoderasi.

Penelitian Analisa (2011) yang berjudul “*Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas, dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan*”, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. *Leverage* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dan kebijakan dividen mempunyai pengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara simultan seluruh variabel independen dalam penelitian berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian Ayuningtias (2013) yang berjudul “*Pengaruh Profitabilitas dan Kepemilikan Insider terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan 7 Hutang dan Kebijakan Deviden sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI*”, hasilnya adalah pengaruh profitabilitas terhadap kebijakan hutang perusahaan bernilai negatif, secara statistik temuan ini tidak signifikan, namun secara arah hipotesis temuan ini mendukung hipotesis *pecking order theory*. Demikian juga profitabilitas berpengaruh positif terhadap kebijakan deviden. Secara statistik penelitian ini tidak signifikan. Kemudian kebijakan hutang berpengaruh signifikan terhadap kebijakan deviden, profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh MM, sementara itu kebijakan hutang berpengaruh secara negatif terhadap nilai perusahaan, kemudian pengaruh kebijakan deviden terhadap nilai perusahaan tidak signifikan dan hasil penelitian

ini tidak mendukung hipotesis kebijakan deviden relevan yang menyatakan bahwa deviden yang tinggi dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Susanti (2011) dalam jurnal dengan judul yaitu Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan pengungkapan corporate social responsibility sebagai variabel moderasi menghasilkan temuan bahwa tingkat profitabilitas perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Variabel *Corporate Social Responsibility* sebagai pemoderasi mampu mempengaruhi hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan secara positif. Demikian pula penelitian yang dilakukan oleh Adisasmita Rahardjo (2013) dengan judul analisis pengaruh profitabilitas, kebijakan dividen, kebijakan utang dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini bahwa variabel profitabilitas dan variabel kebijakan dividen memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan kebijakan utang dan kepemilikan manajerial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian selanjutnya yaitu penelitian oleh Rosiana (2013) dan Putra (2013) yang berjudul “.Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi”. Dari hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2008-2012 dan profitabilitas mampu memperkuat pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Maiyarni dkk (2014) dengan judul *“Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan Lq-45 Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2012”*. Hasil analisis statistik diperoleh simpulan bahwa profitabilitas, likuiditas dan leverage berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan CSR, sedangkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Penelitian berikutnya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Purwaningsih dan Wirajaya (2014). Purwaningsih dan Wirajaya memilih judul/topik penelitian yaitu *“Pengaruh Kinerja Pada Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Pemoderasi”*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meneliti pengaruh kinerja keuangan yang menggunakan variabel *Return On Asset (ROA)* pada nilai perusahaan yang menggunakan 12 variabel Tobin's Q dengan menggunakan variabel moderasi yaitu pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* terdapat 21 perusahaan manufaktur yang dijadikan sampel dengan jumlah observasi sebanyak 63 perusahaan. Hasil dari penelitiannya menunjukkan bahwa kinerja berpengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan, *Corporate Social Responsibility* tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, serta pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tidak mampu memoderasi pengaruh kinerja keuangan dengan nilai perusahaan.

Aristanti, dkk. (2015) melakukan penelitian *Pengaruh Likuiditas dan Efisiensi Modal Kerja terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi pada Perusahaan Food and Beverages yang terdaftar di BEI tahun 2011-2013)*. Hasil

penelitiannya menunjukkan Variabel (CR) dan *Working Capital Turnover* (WCT) secara bersama sama berpengaruh signifikan terhadap (ROI). Dan Variabel (CR) secara parsial berpengaruh positif terhadap (ROI).

Selanjutnya penelitian yang dilakukan Wulandari dan Ramantha (2016) dengan judul “*Dampak Moderasi Profitabilitas Terhadap Pengaruh Corporate Social Responsibility pada Nilai Perusahaan Manufaktur*”. Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling dan menggunakan analisis statistik meliputi uji asumsi klasik dan uji kelayakan model untuk menguji pengaruh variabel moderasi. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif pada nilai perusahaan dan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi terbukti mampu memperkuat hubungan antara pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

Penelitian yang dilakukan oleh Mahdaleta, dkk (2016) yang berjudul “*Effects of Capital Structure and Profitability on Corporate Value with Company Size as the Moderating Variable of Manufacturing Companies Listed on Indonesia Stock Exchange*”, hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel DER memiliki dampak yang signifikan dan berpengaruh negative terhadap PBV. Variabel ROA memiliki dampak signifikan berpengaruh positif terhadap PBV. Variabel DER dan ROA memiliki pengaruh simultan yang signifikan terhadap PBV. Variabel ukuran perusahaan tidak signifikan dalam memoderasi hubungan DER terhadap PBV. Variabel ukuran perusahaan tidak signifikan dalam memoderasi hubungan ROA terhadap PBV.

Dari pemaparan hasil penelitian sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut :



Tabel 2.1
Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama (Tahun)	Judul	Variabel Bebas	Variabel Terikat	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Yuaningsih dan Wirakusuma (2009)	Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Mempertimbangkan Corporate Social Responsibility Dan Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi	Kinerja Keuangan,	Nilai perusahaan,	<i>MRA (Moderate Regression Analysis)</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ROA berpengaruh terhadap Nilai perusahaan, CSR mampu memoderasi hubungan antara ROA dan nilai perusahaan, akan tetapi kepemilikan manajerial tidak mampu memoderasi
2	Yang, Analisa (2011)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas, dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan	Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas, Kebijakan Dividen	Nilai Perusahaan	Analisis Regresi Berganda, <i>MRA (Moderate Regression Analysis)</i>	Pertama, ukuran perusahaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Kedua, leverage mempunyai pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Ketiga, profitabilitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dan kebijakan dividen mempunyai pengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara simultan seluruh variabel penelitian ini

						berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
3	Ayuningtias d Kurnia (2013)	Pengaruh Profitabilitas dan Kepemilikan Insider terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Hutang dan Kebijakan Deviden sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI”	Profitabilitas, Kepemilikan Insider	Nilai Perusahaan	<i>Path analysis</i>	Pengaruh profitabilitas terhadap kebijakan hutang perusahaan bernilai negatif, secara statistik temuan ini tidak signifikan, namun secara arah hipotesis temuan ini mendukung hipotesis <i>pecking order theory</i> . Demikian juga profitabilitas berpengaruh positif terhadap kebijakan deviden. Secara statistik penelitian ini tidak signifikan. Kemudian kebijakan hutang berpengaruh signifikan terhadap kebijakan deviden, profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. sementara itu kebijakan hutang berpengaruh secara negatif terhadap nilai perusahaan, kemudian pengaruh kebijakan deviden terhadap nilai perusahaan tidak signifikan.
4	Susanti dan Santoso (2011)	Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan	Profitabilitas	Nilai Perusahaan	Analisis Regresi Berganda	Menghasilkan temuan bahwa tingkat profitabilitas perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai

		pengungkapan corporate social responsibility sebagai variabel moderasi				perusahaan. Variabel CSR sebagai pemoderasi mampu mempengaruhi hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan secara positif.
5	Rahardjo (2013)	Analisis Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan dividen, Kebijakan utang dan Kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan	Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan dividen, Kebijakan utang dan Kepemilikan manajerial	Nilai Perusahaan	Analisis regresi berganda	Hasil penelitian ini bahwa variable profitabilitas dan variable kebijakan dividen memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan kebijakan utang dan kepemilikan manajerial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.
6	Rosiana dan Putra (2013)	Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi.	<i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	Nilai Perusahaan	Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi moderasi (<i>moderated regression analysis</i>)	Dari hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2008-2012 dan profitabilitas mampu memperkuat pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan
7	Maiyarni dkk (2014)	"Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Dan	Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Likuiditas dan	<i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	Analisis Statistik deskriptif dan GRI (Global Reporting Initiative) untuk	Hasil analisis statistik diperoleh simpulan bahwa profitabilitas, likuiditas dan leverage berpengaruh

		<i>Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan Lq-45 Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2012"</i>	Leverage		meneliti CSR	negatif signifikan terhadap pengungkapan CSR, sedangkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
8	Purwaningsih dan Wirajaya (2014)	Pengaruh Kinerja Pada Nilai Perusahaan Dengan <i>Corporate Social Responsibility</i> Sebagai Variabel Pemoderasi".	Kinerja Perusahaan	Nilai Perusahaan	Analisis Regresi Berganda	Hasil dari penelitiannya menunjukkan bahwa kinerja berpengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan, <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, serta pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak mampu memoderasi pengaruh kinerja keuangan dengan nilai perusahaan.
9	Aristanti (2015)	<i>Pengaruh Likuiditas dan Efisiensi Modal Kerja terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi pada Perusahaan Food and Beverages yang terdaftar di BEI tahun 2011-2013)</i>	Likuiditas, Efisiensi Modal Kerja	Profitabilitas	Analisis regresi linear berganda	Variabel Current Ratio (CR) dan Working Capital Turnover (WCT) secara bersama sama berpengaruh signifikan terhadap Return On Investment (ROI). Dan Variabel Current Ratio (CR) secara parsial berpengaruh positif terhadap Return On Investment (ROI)

10	Agusta Amanda Wulandari dan Ramantha (2016)	<i>"Dampak Moderasi Profitabilitas Terhadap Pengaruh Corporate Social Responsibility pada Nilai Perusahaan Manufaktur"</i> .	CSR	Nilai Perusahaan	Analisis regresi linier sederhana	Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif pada nilai perusahaan dan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi terbukti mampu memperkuat hubungan antara pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> dengan nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.
11	Ela Mahdaleta, Iskandar Muda, Gusnardi Muhammad Nasir (2016)	<i>Effects of Capital Structure and Profitability on Corporate Value with Company Size as the Moderating Variable of Manufacturing Companies Listed on Indonesia Stock Exchange.</i>	Struktur Modal (DER), Profitabilitas (ROA) dan Ukuran Perusahaan	Nilai Perusahaan	Metode dalam penelitian ini menggunakan uji regresi linier berganda dan uji moderasi (<i>Moderate Regression Analysis</i>)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel DER memiliki dampak yang signifikan dan berpengaruh negative terhadap PBV. Variabel ROA memiliki dampak signifikan berpengaruh positif terhadap PBV. Variabel DER dan ROA memiliki pengaruh simultan yang signifikan terhadap PBV. Variabel ukuran perusahaan tidak signifikan dalam memoderasi hubungan DER terhadap PBV. Variabel ukuran perusahaan tidak signifikan dalam memoderasi hubungan ROA terhadap PBV.

Sumber dari berbagai skripsi dan jurnal

Dalam penelitian ini terdapat beberapa persamaan dan perbedaan dengan penelitian terdahulu. Adapun persamaan dan perbedaannya ialah:



Tabel 2.2
Persamaan dan Perbedaan Penelitian sekarang dan Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Yuaningsih dan Wirakusuma (2009)	Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Mempertimbangkan <i>Corporate Social Responsibility Dan Corporate Governance</i> Sebagai Variabel Moderasi	<p>Variabel: Variabel dependen menggunakan Nilai Perusahaan CSR sebaifai variabel pemoderasi</p> <p>Metode Analisis : Menggunakan MRA</p>	<p>Variabel : Variabel Independen menggunakan Kinerja Keuangan Penambahan variabel moderasi yaitu <i>Corporate Governance</i></p>
2	Yang, Analisa (2011)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas, dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan	<p>Variabel : Variabel Independen yang digunakan pada penelitian adalah profitabilitas dan variable dependen menggunakan nilai perusahaan</p> <p>Metode analisis: menggunakan analisis deskriptif (uji asumsi klasik dan hipotesis</p>	<p>Variabel : Penambahan variabel leverage, kebijakan dividen dan ukuran perusahaan.</p>
3	Ayuningtias dan Kurnia (2013)	Pengaruh Profitabilitas dan Kepemilikan Insider terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan	<p>Variabel : Menggunakan pengaruh profitabilitas dan variabel dependen menggunakan nilai</p>	<p>Variabel : Penambahan variabel kepemilikan insider dan variabel kebijakan hutang</p>

		Hutang dan Kebijakan Deviden sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI”	perusahaan Sampel : Menggunakan perusahaan manufaktur	dan kebijakan deviden sebagai variabel intervening Metode an alisis : Menggunakan <i>Path analysis</i>
4	Susanti dan Santoso (2011)	Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan pengungkapan corporate social responsibility sebagai variabel moderasi	Variabel : Menggunakan profitabilitas sebgai variabel independen, variabel dependen menggunakan nilai perusahaan dan CSR sebagai pemoderasi Menggunakan metode penelitian Analisis Regresi Berganda	Variabel : Tidak menggunakan variabel likuiditas
5	Rahardjo (2013)	Analisis Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan dividen, Kebijakan utang dan Kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan	Variabel : Menggunakan profitabilitas sebgai variabel independen, variabel dependen menggunakan nilai perusahaan	Variabel : Penambahan variabel kebijakan deviden, kebijakan utang dan kepemilikan manajerial
6	Rosiana dan Putra (2013)	Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi.	Variable : Variabel dependen nya menggunakan niali peusahaan	Variable : Variable yang digunakan pada penelitian ini yaitu CSR Sampel : objek penelitian pada penelitian ini merupakan Perusahaan <i>Pertambangan 2008-2012</i>
7	Maiyarni dkk (2014)	“Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan Lq-45 Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2012”	Variabel : Sama-sama menggunakan variabel Likuiditas dan Profitabilitas	Variabel : Penambahan variabel Ukuran Perusahaan dan leverage. Pengungkapannya menggunakan variabel CSR Sampel: <i>Perusahaan Lq-45 Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2012</i>

8	Purwaningsih dan Wirajaya (2014)	Pengaruh Kinerja Pada Nilai Perusahaan Dengan <i>Corporate Social Responsibility</i> Sebagai Variabel Pemoderasi”.	Variabel : Menggunakan CSR sebagai variabel pemoderasi Nilai perusahaan sebagai variabel dependen	Variabel : Menggunakan kinerja sebagai variabel independen
9	Aristanti (2015)	<i>Pengaruh Likuiditas dan Efisiensi Modal Kerja terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi pada Perusahaan Food and Beverages yang terdaftar di BEI tahun 2011-2013)</i>	Variabel : Variabel Likuiditas Sampel : Sama-sama menggunakan perusahaan <i>Food and Beverages</i> yang terdaftar di BEI	Variabel : Penambahan variabel Efisiensi modal kerja dan variabel dependennya yaitu Profitabilitas
10	Agusta Amanda Wulandari dan Ramantha (2016)	<i>“Dampak Moderasi Profitabilitas Terhadap Pengaruh Corporate Social Responsibility pada Nilai Perusahaan Manufaktur”.</i>	Menggunakan metode analisis regresi berganda	Variabel Moderasinya menggunakan Profitabilitas
11	Ela Mahdaleta, Iskandar Muda, Gusnardi Muhammad Nasir (2016)	<i>Effects of Capital Structure and Pofitability on Corporate Value with Company Size as the Moderating Variable of Manufacturing Companies Listed on Indonesia Stock Exchange.</i>	Variabel : Variabel penelitian ini menggunakan Profitabilitas Metode analisis datanya menggunakan uji regresi linier berganda dan uji moderasi (<i>Moderate Regression Analysis</i>)	Variabel : Penambahan Struktur Modal (DER), dan Ukuran Perusahaan sebagai variabel independen

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2017

2.2 Kajian Teori

2.2.1 Teori *Signaling*

Teori *signaling* menekankan kepada pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap keputusan investasi pihak di luar perusahaan. Informasi merupakan unsur penting bagi investor dan pelaku bisnis karena informasi pada hakikatnya menyajikan keterangan, catatan atau gambaran baik untuk keadaan masa lalu, saat ini maupun keadaan masa yang akan datang bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan dan bagaimana pasaran efeknya. Informasi yang lengkap, relevan, akurat dan tepat waktu sangat diperlukan oleh investor di pasar modal sebagai alat analisis untuk mengambil keputusan investasi. Menurut Jogiyanto (2000;395), informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan signal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Jika pengumuman tersebut mengandung nilai positif, maka diharapkan pasar akan bereaksi pada waktu pengumuman tersebut diterima oleh pasar.

Pada waktu informasi diumumkan dan semua pelaku pasar sudah menerima informasi tersebut, pelaku pasar terlebih dahulu menginterpretasikan dan menganalisis informasi tersebut sebagai signal baik (*good news*), atau signal buruk (*bad news*). Jika pengumuman informasi tersebut signal baik bagi investor, maka akan terjadi perubahan dalam volume perdagangan saham dengan naiknya minat investor terhadap saham perusahaan tersebut dan akan meningkatkan nilai perusahaan. Salah satu jenis informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan yang dapat menjadi signal bagi investor adalah laporan tahunan. Informasi yang

diungkap dalam laporan tahunan dapat berupa informasi akuntansi yaitu informasi yang berkaitan dengan laporan keuangan dan laporan non-akuntansi yaitu informasi yang tidak berkaitan dengan laporan keuangan. Semua investor memerlukan informasi untuk mengevaluasi kinerja dan tingginya setiap perusahaan sehingga investor dapat melakukan diversifikasi portofolio dan kombinasi investasi dengan preferensi resiko yang diinginkan. Jika suatu perusahaan ingin sahamnya dibeli oleh investor maka perusahaan harus melakukan pengungkapan laporan keuangan secara terbuka dan transparan.

Tingkat profitabilitas atau keuntungan yang dilaporkan oleh perusahaan dapat menjadi signal baik bagi investor untuk menginvestasikan uangnya ke dalam perusahaan tersebut, banyak pendapat yang menyatakan bahwa tingkat profitabilitas yang tinggi akan menjadi signal positif bagi investor untuk menanamkan modal ke dalam perusahaan dan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Tingkat resiko perusahaan juga dapat dijadikan signal bagi investor, tingkat resiko perusahaan dapat dilihat dari penggunaan hutang perusahaan untuk membiayai biaya operasional perusahaan, semakin tinggi penggunaan hutang perusahaan maka akan semakin tinggi pula resiko yang ditanggungnya dan investor akan menangkap signal positif terhadap perusahaan yang memiliki tingkat resiko yang rendah. Dan rasio likuiditas berguna untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih. Artinya, kemampuan untuk membayar kewajiban yang sudah waktunya dibayar sesuai jadwal batas waktu yang telah ditetapkan (tanggal dan bulan tertentu).

Asumsi utama dari teori sinyal ini memberikan ruang bagi investor untuk mengetahui bagaimana keputusan yang akan diambilnya berkaitan dengan nilai perusahaan tersebut. Akibat, ketika rasio likuiditas, profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menunjukkan nilai yang berubah, hal ini otomatis memberikan informasi pada investor dalam memberikan penilaian terhadap nilai perusahaan.

2.2.2 Teori Stakeholder (*Stakeholder Theory*)

Esensi teori stakeholder jika ditarik interkoneksi dengan teori legitimasi yang mengisyaratkan bahwa perusahaan hendaknya mengurangi expectation gap dengan masyarakat (publik) sekitar guna meningkatkan legitimasi (pengakuan) masyarakat, ternyata terdapat benang merah. Untuk itu, perusahaan hendaknya menjaga reputasinya yaitu dengan menggeser pola orientasi (tujuan) yang semula semata-mata diukur dengan economic measurement yang cenderung shareholder orientation, kearah memperhitungkan faktor sosial (social factors) sebagai wujud kepedulian dan keberpihakan terhadap masalah sosial kemasyarakatan. Hubungan stakeholders dengan perusahaan dideskripsikan sebagai hubungan pertukaran, yaitu kelompok yang memasok suatu kontribusi terhadap perusahaan dan mengharapkan kepentingan mereka juga dipenuhi. Masyarakat umum dipandang sebagai stakeholder karena mereka adalah pembayar pajak yang digunakan untuk pembangunan infrastruktur nasional sehingga perusahaan dapat beroperasi. Sebagai timbal baliknya, masyarakat mengharapkan perusahaan untuk dapat meningkatkan kualitas hidup mereka.

2.2.3 Teori Legitimasi (*Legitimasi Theory*)

Menurut Gray dkk. “Legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (*society*), pemerintah, individu dan kelompok masyarakat. Untuk itu, sebagai suatu sistem yang mengedepankan keberpihakan kepada *society*, operasi perusahaan harus konsisten dengan harapan masyarakat”. Teori legitimasi juga memfokuskan perusahaan terhadap interaksinya dengan masyarakat, sehingga sebuah organisasi mampu untuk menciptakan keselarasan antara nilai-nilai sosial yang melekat pada kegiatannya dengan norma-norma perilaku yang ada dalam sistem sosial masyarakat di mana organisasi adalah bagian dari sistem tersebut

2.2.4 Teori Kontrak Sosial (*Social Contract Theory*)

Gray (2011, hlm. 95) mengemukakan bahwa kontrak sosial (*social contract*) muncul adanya interelasi dalam kehidupan sosial masyarakat, agar terjadi keselarasan, keserasian dan keseimbangan, termasuk terhadap lingkungan. Perusahaan, yang merupakan kelompok orang memiliki kesamaan tujuan dan berusaha mencapai tujuan secara bersama, adalah bagian dari masyarakat dalam lingkungan yang lebih besar. Keberadaannya, sangat ditentukan oleh masyarakat, dimana antara keduanya saling pengaruh – mempengaruhi. Untuk itu, agar terjadi keseimbangan (*equality*), maka perlu kontrak sosial (*social contract*) baik secara eksplisit maupun implisit sehingga terjadi kesepakatan – kesepakatan yang saling melindungi kepentingannya.

2.2.5 Nilai Perusahaan

Samuel (2000) dalam Prapaska (2012) menjelaskan bahwa *Enterprise Value* (EV) atau dikenal juga sebagai *firm value* (nilai perusahaan) merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Menurut Keown, Martin, Petty dan Scott (1995) nilai perusahaan merupakan nilai dari sebuah aset yang dimiliki perusahaan dalam 10 laporan keuangan perusahaan. Sedangkan menurut Sujoko dan Soebiantoro (2007) nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang dikaitkan dengan harga sahamnya. Harga saham yang semakin tinggi menunjukkan tingkat kepercayaan terhadap nilai perusahaan juga semakin baik. Nilai perusahaan yang semakin tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham (Mahendra, 2011). Semakin tingginya kemakmuran pemegang saham dapat meningkatkan nilai perusahaan sebab dengan peningkatkan nilai perusahaan dapat mencerminkan kinerja perusahaan tersebut dengan dipresentasikan melalui harga saham. Baik buruknya kinerja suatu perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Oleh karena itu, perlu adanya kecermatannya pihak manajemen dalam mengelola perusahaan karena dapat berdampak terhadap nilai perusahaan. Menurut Rachmawati (2002) dalam Analisa (2011) terdapat faktor-faktor yang dapat memaksimalkan nilai perusahaan, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor eksternal yang dapat memaksimalkan nilai perusahaan berupa tingkat bunga, fluktuasi nilai valas dan keadaan pasar modal. Keadaan krisis ekonomi yang melanda Indonesia beberapa waktu yang lalu mengakibatkan saham perusahaan yang tidak stabil, sehingga dapat menurunkan nilai perusahaan yang

telah *go public*. Sedangkan faktor internal yang dapat memaksimalkan nilai perusahaan berupa pembayaran pajak, ukuran perusahaan, pertumbuhan, keunikan, resiko keuangan, nilai aktiva yang digunakan, profitabilitas, pembayaran deviden, *non debt tax shield*.

Berikut adalah tiga konsep dalam nilai perusahaan, yaitu :

- a. Nilai buku per lembar saham biasa adalah aktiva bersih yang dimiliki oleh pemegang saham dengan memiliki satu lembar (Adji, Pricilia dan, Hartono 2013;124). Sehingga nilai buku per lembar saham merupakan kekayaan bersih ekonomis dibagi dengan jumlah lembar saham biasa yang beredar. Kekayaan bersih ekonomis adalah selisih total aktiva dengan total kewajiban. Sedangkan harga pasar adalah harga yang terbentuk di pasar jual beli saham (Abdul Halim, 2005:20).
- b. Nilai pasar merupakan harga saham yang terjadi di pasar bursa pada saat tertentu yang ditentukan oleh pelaku pasar (Adji, Pricilia dan, Hartono Hartono, 2013:130). Nilai pasar yang benar akan dibayar untuk selembarnya saham, bisa lebih atau bisa kurang dari nilai buku saham, karena nilai pasar tergantung pada laba.
- c. Nilai instrikrik adalah nilai saham yang seharusnya terjadi, yang banyak ditemukan dalam kepustakaan tentang investasi pasar (Ghozali, Imam,2011:120)

Dari ketiga konsep nilai tersebut merupakan hal yang perlu dan berguna, karena dapat digunakan untuk mengetahui saham-saham mana yang bertumbuh (*growth*) yang murah. Oleh karena itu, sebelum investor

memutuskan untuk membeli dan menjual saham, mereka memperhatikan nilai buku saham yang bersangkutan dan membandingkan dengan harga yang ditawarkan. Nilai buku saham mencerminkan nilai perusahaan, dan nilai perusahaan tercermin pada nilai kekayaan bersih ekonomis yang dimilikinya. Nilai buku saham bersifat dinamis tergantung pada perubahan nilai kekayaan bersih ekonomis pada suatu saat. Beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur nilai perusahaan antara lain:

1. *Price Earning Ratio (PER)*

Price earning ratio menunjukkan berapa banyak jumlah uang yang rela dikeluarkan oleh para investor untuk membayar setiap dolar laba yang dilaporkan (Brigham dan Houston, 2006:110). Kegunaan *price earning ratio* adalah untuk melihat bagaimana pasar menghargai kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh *earning per share* nya. *Price earning ratio* menunjukkan hubungan antara pasar saham biasa dengan *earning per share*.

2. *Tobin's Q*

Tobin's Q ditemukan oleh seorang pemenang hadiah nobel dari Amerika Serikat yaitu James Tobin. Tobin's Q adalah nilai pasar dari aset perusahaan dengan biaya penggantian: Menurut konsepnya, rasio Q lebih unggul daripada rasio nilai pasar terhadap nilai buku karena rasio ini fokus pada berapa nilai perusahaan saat ini secara relatif terhadap berapa biaya yang dibutuhkan untuk menggantinya saat ini. Dalam praktiknya, rasio Q sulit untuk dihitung 14 dengan akurat karena memperkirakan biaya

penggantian atas aset sebuah perusahaan bukanlah suatu pekerjaan yang mudah (Margaretha, 2014:20)

3. *Price to Book Value* (PBV)

Komponen penting lain yang harus diperhatikan dalam analisis kondisi perusahaan adalah *Price to Book Value* (PBV) yang merupakan salah satu variabel yang dipertimbangkan seorang investor dalam menentukan saham mana yang akan dibeli. Untuk perusahaan-perusahaan yang berjalan dengan baik, umumnya rasio ini mencapai diatas satu, yang menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya. Semakin besar rasio PBV semakin tinggi perusahaan dinilai oleh para pemodal relatif dibandingkan dengan dana yang telah ditanamkan di perusahaan. *Price to book value* yang tinggi akan membuat pasar percaya atas prospek perusahaan kedepan. Hal itu juga yang menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab nilai perusahaan yang tinggi mengindikasikan kemakmuran pemegang saham juga tinggi.

Dalam penelitian ini penulis memilih indikator dari nilai perusahaan adalah *Price Book Value* (PBV) karena price book value banyak digunakan dalam pengambilan keputusan investasi. Selain itu, Ada beberapa keunggulan PBV yaitu nilai buku merupakan ukuran yang stabil dan sederhana yang dapat dibandingkan dengan harga pasar. Keunggulan kedua adalah PBV dapat dibandingkan antar perusahaan sejenis untuk menunjukkan tanda mahal/murahnya suatu saham. Rasio ini dapat memberikan gambaran potensi pergerakan harga suatu saham sehingga

dari gambaran tersebut, secara tidak langsung rasio PBV ini juga memberikan pengaruh terhadap harga saham.

Rasio nilai perusahaan yang digunakan dengan persamaan :

$$\text{Price Book Value (PBV)} = \frac{\text{Harga Pasar Saham}}{\text{BV}}$$

Keterangan :

PBV : harga buku saham

BV (*Book Value*) : nilai buku

BV adalah jumlah per lembar saham yang harus diterima jika semua aktiva perusahaan dijual pada nilai buku dan jika hasil yang tersisa setelah membayar seluruh kewajiban di bagi antara pemegang saham biasa (Sundjaja dan Berlian, 2002:109)

2.2.6 Profitabilitas

Menurut S Munawir (2004) profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dalam periode tertentu (Riyanto, 2001). Dimana masing-masing pengukuran profitabilitas dihubungkan dengan penjualan, total aktiva, dan modal sendiri. Rasio profitabilitas merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (profitabilitas) pada tingkat penjualan, aktiva, dan modal. Ada tiga rasio yang dapat digunakan dalam rasio profitabilitas, yaitu :

a. *Net profit margin (NPM)*

Net Profit Margin (NPM) adalah rasio yang digunakan untuk menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bersih. Cara menghitung NPM yaitu :

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{labu bersih setelah pajak}}{\text{penjualan}}$$

b. *Return on asset (ROA)*

Rasio laba bersih terhadap total aktiva mengukur pengembalian atas total aktiva (ROA) setelah bunga dan pajak. Pengembalian atas total aktiva dapat dihitung dengan cara sebagai berikut:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aktiva}}$$

c. *Return on Equity (ROE)*

Rasio laba bersih terhadap ekuitas saham biasa, mengukur pengembalian atas ekuitas saham biasa (ROE) atau tingkat pengembalian atas investasi pemegang saham. Cara menghitung ROE yaitu :

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Profitabilitas merupakan variabel independen penting yang mempunyai pengaruh pada struktur modal. Semakin tinggi profit suatu perusahaan maka akan semakin menurun hutangnya karena semakin banyak dana internal yang tersedia untuk mendanai investasinya (Brigham dan Houston,2001). Brigham dan Houston (2001) mengatakan bahwa perusahaan dengan tingkat pengembalian yang tinggi

atas investasi menggunakan hutang yang relatif kecil. Tingkat pengembalian yang tinggi memungkinkan untuk membiayai sebagian besar kebutuhan pendanaan dengan dana yang dihasilkan secara internal. Keputusan struktur modal secara langsung juga berpengaruh terhadap besarnya risiko yang ditanggung pemegang saham serta besarnya tingkat pengembalian atau tingkat keuntungan yang diharapkan.

ROA dan ROE sebagai salah satu rasio profitabilitas merupakan indikator yang sangat penting bagi para investor. ROA dan ROE dibutuhkan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba bersih yang berkaitan dengan dividen dan rasio laba bersih terhadap total aktiva mengukur pengembalian atas total aktiva (ROA) setelah bunga dan pajak. Pemilihan ROA dan ROE menunjukkan semakin tinggi ROA dan ROE menunjukkan semakin efisien perusahaan dalam menggunakan modal sendiri untuk menghasilkan laba investor yang ditanam pada perusahaan (James C, Van Horne dan John M. Wachowicz. 2005)

Naiknya rasio ROA dan ROE dari tahun ke tahun pada perusahaan berarti terjadi adanya kenaikan laba bersih dari perusahaan yang bersangkutan. Naiknya laba bersih dapat dijadikan salah satu indikasi bahwa nilai perusahaan juga naik karena naiknya laba bersih sebuah perusahaan yang bersangkutan akan menyebabkan harga saham yang berarti juga kenaikan dalam nilai perusahaan.

Ayat berikut menjelaskan bagaimana pandangan Islam mengenai pengambilan laba :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ
وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ٢٩

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (QS. An Nisa' :29)

Dalil di atas menunjukkan bolehnya mencari laba dengan aktivitas jual beli. Bolehnya mencari laba berdasarkan ayat di atas bersifat mutlak, dari segi berapa besarnya laba. Artinya tidak ada batasan laba maksimal yang ditetapkan syariah. Dalam hal ini kaidah ushul fikih menetapkan : al muthlaqu yajriy 'alaa ithlaaqihi maa lam yarid daliilun yadullu 'ala at taqyiid (dalil yang mutlak tetap dalam kemutlakannya, selamatidak terdapat dalil yang menunjukkan adanya pembatasan. Dan menurut hadis yang diriwayatkan oleh Bukhari menyatakan sebagaimana berikut:

عَنْ عُرْوَةَ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، أُعْطِيَ دِينَارًا يَشْتَرِي لَهُ بِهِ شَاةً
فَاشْتَرَى لَهُ بِهِ شَاتَيْنِ فَبَاعَ إِحْدَاهُمَا بِدِينَارٍ وَجَاءَهُ بِدِينَارٍ وَشَاةٍ فَدَعَا لَهُ
بِالْبَرَكَةِ فِي بَيْعِهِ وَكَانَ لَوْ اشْتَرَى الثُّرَابَ لَرَبِحَ فِيهِ.

Dari Urwah al Bariqi, bahwasanya Rasulullah Shalallahu 'Alaihi wa Sallam memberinya satu dinar uang untuk membeli seekor kambing. Dengan uang satu dinar tersebut, dia membeli dua ekor kambing dan kemudian menjual kembali seekor kambing seekor satu dinar. Selanjutnya dia datang menemui nabi Shalallahu 'Alaihi wa Sallam dengan membawa seekor kambing dan uang satu dinar. (Melihat hal ini) Rasulullah Shalallahu 'Alaihi wa Sallam mendoakan keberkahan pada perniagaan sahabat Urwah, sehingga seandainya ia membeli debu, niscaya ia mendapatkan laba darinya. (HR. Bukhari, no. 3443)

Pada kisah ini, sahabat Urwah ra. dengan modal satu dinar, ia mendapatkan untung satu dinar atau 100%. Pengambilan untung sebesar 100% ini mendapat restu dari Nabi SAW. dan bukan hanya merestui, bahkan beliau berdo'a agar perniagaan sahabat Urwah senantiasa diberkahi. Sehingga sejak itu, beliau semakin lihai berniaga. Seorang penjual berhak mendapatkan keuntungan dari usahanya, sedang seorang pembeli berkewajiban untuk memberikan kompensasi bagi jasa yang telah ia terima dari penjual. Dalam keuntungan yang wajar, tidak saja dimaksudkan untuk kebutuhan konsumtifnya saja tetapi juga ia mampu mengembangkan usahanya (produktif). Hadis di atas seringkali dijadikan patokan oleh para pedagang untuk mengambil keuntungan yang sebanyak-banyaknya, dengan meminimalkan modal yang dikeluarkan, sehingga tujuan dari perdagangan yaitu untuk memperoleh laba semaksimal mungkin dapat cepat terwujud (Qaradhawi, 1998:74).

Dalam penelitian ini profitabilitas perusahaan diukur dengan menggunakan *Return On Equity* (ROE), dan *Return On Assets* (ROA) karena dapat mengukur keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan laba bagi para pemegang saham sehingga dianggap sebagai representasi dari kekayaan pemegang saham atau nilai perusahaan. Selain itu ROE juga menunjukkan efisiensi dalam penggunaan modal sendiri. Karena, semakin tinggi rasio ini, semakin baik. Artinya posisi pemilik perusahaan semakin kuat, demikian pula sebaliknya. (Kasmir, 2010:204)

2.2.7 Likuiditas

Rasio likuiditas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya sumber daya jangka pendek (atau lancar) yang tersedia untuk memenuhi kewajiban tersebut (James C, Van Horne dan John M. Wachowicz. 2005). Salah satu rasio likuiditas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah current ratio (rasio lancar). Menurut Brigham (2006), current ratio (rasio lancar) merupakan rasio antara aktiva lancar terhadap kewajiban lancar. Rasio likuiditas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban jangka pendeknya dengan menggunakan aktiva lancarnya. Biasanya aktiva lancar terdiri dari kas, surat berharga, piutang, dan persediaan; sedangkan kewajiban lancar terdiri dari kas, surat berharga, piutang, dan persediaan; sedangkan kewajiban lancar terdiri dari hutang bank jangka pendek atau hutang lainnya yang mempunyai jangka waktu kurang dari satu tahun.

Ada beberapa rasio likuiditas yang umum digunakan yaitu :

- a. Rasio Lancar (*Current Ratio*), yaitu perbandingan antara aktiva lancar dengan hutang lancar yang merupakan kemampuan untuk membayar utang yang segera harus dipenuhi dengan aktiva lancar (Riyanto,1995:). Semakin tinggi current ratio ini berarti semakin besar kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansial jangka pendek.

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{aktiva lancar}}{\text{hutang lancar}} \times 100 \%$$

- b. Rasio Kas (*Cash Ratio*), merupakan alat untuk mengukur seberapa besar uang kas yang tersedia untuk membayar utang. Dapat dikatakan rasio ini menunjukkan kemampuan sesungguhnya bagi perusahaan untuk membayar hutang hutang jangka pendeknya. Rumus untuk mencari rasio kas adalah;

$$\text{Rasio kas} = \frac{\text{kas} + \text{surat berharga jangka pendek}}{\text{utang lancar}}$$

- c. *Quick Ratio (Acid Test Ratio)*

Rasio ini yang menunjukkan uji cepat kemampuan suatu perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek dengan aktiva lancar tanpa memperhitungkan lagi persediaan yang memerlukan waktu relative lebih lama untuk diuangkan dibanding asset lain

$$\text{Quick Ratio} = \frac{\text{Aktiva lancar} - \text{Persediaan}}{\text{Hutang lancar}} \times 100 \%$$

- d. Rasio perputaran kas (*Cash Turnover Ratio*), digunakan untuk mengukur tingkat ketersediaan kas untuk membayar tagihan (utang) dan biaya-biaya yang berkaitan dengan penjualan. Rumus yang digunakan adalah :

$$\text{Cash Turnover Ratio} = \frac{\text{Penjualan bersih}}{\text{Modal kerja bersih}}$$

Suatu perusahaan yang mempunyai kekuatan membayar sedemikian besarnya sehingga mampu memenuhi segala kewajiban finansialnya yang harus segera dipenuhi, dikatakan bahwa perusahaan tersebut adalah likuid, dan sebaliknya yang tidak mempunyai kemampuan membayar adalah ilikuid. Kim et al.,(1998: 349) dalam penelitian Aldiyanti (2006) mengelompokkan faktor-faktor

yang diperkirakan dapat mempengaruhi likuiditas perusahaan. Faktor-faktor tersebut dikelompokkan sebagai berikut:

1. *Cost Of External Financing*

Faktor cost of external financing ini berkaitan dengan biaya yang dikeluarkan perusahaan jika perusahaan menggunakan pendanaan dari luar perusahaan. Kim et al. (1998: 349) menggunakan proxy ukuran perusahaan (firm size) dan kesempatan bertumbuh (*growth opportunities*) untuk mengukur faktor cost of external financing tersebut.

2. *Cash Flow Uncertainty*

Cash Flow Uncertainty atau ketidakpastian arus kas dapat menentukan keputusan manajer dalam menentukan tingkat likuiditas perusahaan. Perusahaan-perusahaan dengan tingkat ketidakpastian arus kas yang tinggi akan cenderung melakukan investasi dalam aktiva likuid dengan jumlah yang besar.

3. *Current And Future Investment Opportunities*

Current and Future Investment Opportunities adalah kesempatan investasi yang dihadapi perusahaan, baik saat ini maupun saat mendatang. Current and future investment opportunities ini dapat mempengaruhi manajemen dalam memutuskan kebijakan likuiditasnya.

Berkaitan dengan current and future investment opportunities ini manajemen akan mempertimbangkan, apakah lebih baik melakukan investasi dalam bentuk aktiva tetap atau melakukan investasi dalam aktiva likuid.

4. Transactions Demand For Liquidity

Transactions Demand for Liquidity ini berkaitan dengan dana atau kas yang diperlukan perusahaan untuk tujuan transaksi. Faktor *transactions demand for liquidity* ini juga merupakan faktor yang dipertimbangkan manajemen dalam menentukan likuiditas perusahaan. Pengukuran likuiditas dilakukan dengan membandingkan harta lancar dengan utang lancar.

Menurut Riyanto (2001:28), apabila kita mengukur tingkat likuiditas dengan menggunakan *current ratio* sebagai alat ukurnya, maka tingkat likuiditas suatu perusahaan dapat ditingkatkan dengan jalan sebagai berikut:

1. Dengan utang lancar tertentu, diusahakan untuk menambah aktiva lancar
2. Dengan aktiva lancar tertentu, diusahakan untuk mengurangi utang lancar
3. Dengan mengurangi jumlah utang lancar bersama-sama dengan mengurangi aktiva lancar. Hal ini dapat berlaku jika *current ratio* itu lebih dari satu.

Ayat tentang likuiditas di cantumkan dalam bagian hutang piutang mengacu pada Al qu'ran surat Al Baqarah ayat 282 dan Hadist Bukhari No.2392 yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْبَ كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ وَلْيَمْلِكِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسْ مِنْهُ شَيْئًا فَإِن كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيهًا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْتَطِيعُ أَنْ يَمْلِكَهُ فَليَمْلِكِ الَّذِي عَلَيْهِ بِالْعَدْلِ وَاسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ رِجَالِكُمْ فَإِن لَّمْ يَكُونَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ وَامْرَأَتَانِ مِمَّن تَرْضَوْنَ مِنَ الشُّهَدَاءِ أَنْ تَضِلَّ إِحْدَاهُمَا فَتُذَكَّرَ إِحْدَاهُمَا الْأُخْرَىٰ وَلَا يَأْبَ الشُّهَدَاءُ

إِذَا مَا دُعُوا وَلَا تَسْمُوا أَنْ تَكْتُبُوهُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَىٰ أَجَلَةٍ ذَلِكُمْ أَقْسَطُ
عِنْدَ اللَّهِ وَأَقْوَمٌ لِلشَّهَدَةِ وَأَدْنَىٰ إِلَّا تَرْتَابُوا إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجْرَةً حَاضِرَةً
تُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ إِلَّا تَكْتُبُوهَا وَأَشْهَدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ وَلَا
يُضَارَّ كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ وَإِنْ تَفَعَّلُوا فَإِنَّهُ فَسُوقٌ بِكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ وَيَعْلَمُكُمْ اللَّهُ
وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ ۲۸۲

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu’amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya, meka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berhutang itu mengimlakkan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikitpun daripada hutangnya. Jika yang berhutang itu orang yang lemah akalnya atau lemah (keadaannya) atau dia sendiri tidak mampu mengimlakkan, maka hendaklah walinya mengimlakkan dengan jujur. Dan persaksikanlah dengan dua orang saksi dari orang-orang lelaki (di antaramu). Jika tak ada dua oang lelaki, maka (boleh) seorang lelaki dan dua orang perempuan dari saksi-saksi yang kamu ridhai, supaya jika seorang lupa maka yang seorang mengingatkannya. Janganlah saksi-saksi itu enggan (memberi keterangan) apabila mereka dipanggil; dan janganlah kamu jemu menulis hutang itu, baik kecil maupun besar sampai batas waktu membayarnya. Yang demikian itu, lebih adil di sisi Allah dan lebih menguatkan persaksian dan lebih dekat kepada tidak (menimbulkan) keraguanmu. (Tulislah mu’amalahmu itu), kecuali jika mu’amalah itu perdagangan tunai yang kamu jalankan di antara kamu, maka tidak ada dosa bagi kamu, (jika) kamu tidak menulisnya. Dan persaksikanlah apabila kamu berjual beli; dan janganlah penulis dan saksi saling sulit menyulitkan. Jika kamu lakukan (yang demikian), maka sesungguhnya hal itu adalah suatu kefasikan pada dirimu. Dan bertakwalah kepada Allah; Allah mengajarmu; dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu” (QS. Al Baqarah : 282)

Substansi ayat diatas=mengabsahkan asumsi kita bahwa praktik administrasi niaga modern sekarang sebenarnya telah diajarkan dalam Al-Qur’an 14 abad tahun yang lalu. (Djakfar, 2007;30).

Hadist yang menjelaskan tentang hutang piutang berbunyi :

إِنَّ خَيْرَكُمْ أَحْسَنُكُمْ قَضَاءً

“*Sesungguhnya yang paling di antara kalian adalah yang paling baik dalam membayar hutang.*” (HR. Bukhari no. 2393)

Dalam penelitian ini rasio yang dipilih sebagai proksi untuk mengukur likuiditas adalah Rasio Lancar (*Current ratio*) dan *Cash Ratio (CR)* karena berdasarkan hasil penelitian penelitian sebelumnya yang paling sering digunakan untuk mengukur likuiditas perusahaan adalah dengan menggunakan Rasio lancar dan *Cash Ratio*.

2.2.8 Corporate Social Responsibility (CSR)

A. Pengertian Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate social responsibility adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan. *Corporate social responsibility* adalah tentang nilai dan standar yang dilakukan berkaitan dengan komitmen dunia usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat secara lebih luas. *Corporate Social Responsibility* biasanya juga dipahami sebagai cara sebuah perusahaan dalam mencapai keseimbangan atau integrasi dari ekonomi, environment atau lingkungan dan persoalan-persoalan sosial dan dalam waktu yang sama bisa memenuhi harapan dari *shareholders* maupun *stakeholders*.

Pada tahun 2005 pakar pemasaran Philip Kotler bersama Nancy Lee mendefinisikan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai komitmen untuk

memperbaiki kesejahteraan komunitas melalui praktik-praktik kebijakan bisnis dan dengan keterlibatan-keterlibatan dari sumber-sumber perusahaan. Menurut mereka, elemen kunci dalam definisi tersebut adalah kebijakan, sedangkan istilah kesejahteraan komunitas termasuk didalamnya adalah kondisi kehidupan manusia dan juga isu-isu lingkungan. (Mahdaleta, 2016).

B. Dasar Hukum *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Seperti kita ketahui bersama bahwa pemerintah telah mengeluarkan keputusan tentang *corporate social responsibility* (CSR) bagi perseroan terbatas (PT) dan tertuang pada pasal 74 UU No. 40 Tahun 2007 tentang kewajiban CSR bagi PT, yaitu :

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung jawab sosial dan lingkungan.
2. Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatuhan dan kewajaran.
3. Perseroan terbatas yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan.
4. Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dengan pemerintah.

Dalam pasal 15 UU No. 25 tahun 2007 tentang penanaman modal ditegaskan amanat bahwa, setiap penanam modal berkewajiban yaitu:

- a. Menerapkan prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik;
- b. Melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan;
- c. Membuat laporan tentang kegiatan penanaman modal dan menyampaikan kepada badan koordinasi penanaman modal;
- d. Menghormati tradisi budaya masyarakat sekitar lokasi kegiatan usaha penanaman modal; dan
- e. Mematuhi semua ketentuan peraturan perundang-undangan. Dengan demikian sudah dapat dijelaskan bahwa konsep CSR bukan hanya merupakan kewajiban moral, dengan berlakunya pasal 74 UU No. 40 Tahun 2007 dan pasal 15 UU No. 25 Tahun 2007 menjadi kewajiban yang dapat dipertanggungjawabkan dalam hukum, akan tetapi khusus hanya bagi perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam atau yang menanamkan modalnya di Indonesia.

C. Prinsip dan Jenis-Jenis *Corporate Social Responsibility*

Sejumlah institusi internasional dan tokoh-tokoh penting dalam perkembangan *Corporate Social Responsibility* mengajukan beberapa prinsip dasar untuk digunakan sebagai acuan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*. Secara umum, perinsip-prinsip *Corporate Social Responsibility* berlandaskan pada konsep pembangunan berkelanjutan dan tata kelola perusahaan yang baik (*good corporate governance*). Prinsip-prinsip *Corporate Social Responsibility* sebagai berikut:

1. Prioritas korporat.

Mengakui tanggung jawab sosial sebagai prioritas tertinggi korporat dan penentu utama pembangunan berkelanjutan. Dengan begitu

korporat bisa membuat kebijakan, program, dan praktek dalam menjalankan operasi bisnisnya dengan cara yang bertanggung jawab secara social.

2. Manajemen terpadu.

Mengintegrasikan kebijakan, program dan praktek kedalam setiap kegiatan bisnis sebagai satu unsur manajemen dalam semua fungsi manajemen.

3. Proses perbaikan

Secara berkesinambungan memperbaiki kebijakan, program dan kinerja sosial korporat, berdasar temuan riset mutakhir dan memahami kebutuhan sosial serta menerapkan kriteria sosial tersebut.

4. Pendidikan karyawan

Menyelenggarakan pendidikan dan pelatihan serta memotivasi karyawan.

5. Pengkajian.

Melakukan kajian damoak sosial sebelum memulai kegiatan atau proyek baru dan sebelum menutup satu fasilitas atau meninggalkan lokasi pabrik.

6. Produk dan jasa.

Mengembangkan produk dan jasa yang tak berdampak negatif secara sosial.

7. Informasi publik.

Memberi informasi dan (bila diperlukan) mendidik pelanggan, distributor, dan publik tentang penggunaan yang aman, transportasi, penyimpanan dan pembuangan produk, dan begitu pula dengan jasa.

8. Fasilitas dan operasi.

Mengembangkan, merancang, dan mengoperasikan fasilitas serta menjalankan kegiatan yang mempertimbangkan temuan kajian dampak sosial.

9. Penelitian.

Melakukan atau mendukung penelitian dampak social bahan baku, produk, proses, emisi, dan limbah yang terkait dengan kegiatan usaha dan penelitian yang menjadi sarana untuk mengurangi dampak negatif.

10. Prinsip pencegahan.

Memodifikasi manufaktur, pemasaran, atau penggunaan produk, atau jasa, sejalan dengan penelitian mutakhir untuk mencegah dampak sosial yang bersifat negatif.

11. Siaga menghadapi darurat.

Menyusun dan merumuskan rencana menghadapi keadaan darurat, dan bila terjadi keadaan berbahaya bekerja sama dengan layanan gawat darurat, instansi berwenang, dan komunitas lokal.

Sekaligus mengenali potensi bahaya yang muncul.

12. *Transfer best practise*

Berkontribusi pada pengembangan dan transfer praktek bisnis yang bertanggung jawab secara sosial pada semua industri dan sektor public. Sumbangan untuk usaha bersama, pengembangan

kebijakan public dan bisnis, lembaga pemerintah dan lintas departemen pemerintah serta lembaga pendidikan yang akan meningkatkan kesadaran tentang tanggung jawab sosial.

13. Keterbukaan.

Menumbuhkembangkan keterbukaan dan dialog dengan pekerja dan publik, mengantisipasi dan memberi respons terhadap potensial hazard, dan dampak operasi, produk, limbah, atau jasa.

14. Pencapaian dan pelaporan.

Mengevaluasi kinerja sosial, melaksanakan audit sosial secara berkala dan mengkaji pencapaian berdasarkan kriteria korporat dan peraturan perundang-undangan dan menyampaikan informasi tersebut pada dewan direksi, pemegang saham, dan pekerja.

D. Pentingnya *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Ada beberapa hal yang mendorong perlunya keterlibatan perusahaan dalam program *Corporate Social Responsibility* antara lain:

- a) Kebutuhan dan harapan masyarakat yang semakin berubah. Untuk menghadapi persaingan bisnis yang sangat ketat agar tetap bisa survive, maka perusahaan tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, melainkan harus peka terhadap kebutuhan dan harapan masyarakat yang selalu berubah.
- b) Terbatasnya sumber daya alam Dengan adanya sumber daya alam yang sangat terbatas, maka usaha perusahaan juga harus menggunakan SDA seefisien mungkin.

c) Menciptakan lingkungan sosial yang lebih baik Cara yang di implementasikan bank akan memberikan kesejahteraan masyarakat yang lebih merata dan memberikan lingkungan sosial yang seimbang.

d) Mengimbangi antara tanggung jawab dan kekuasaan Bisnis sangat mempengaruhi lingkungan, konsumen, kondisi masyarakat, kehidupan moral dan budaya masyarakat. Maka kekuasaan besar ini harus diimbangi dengan program tanggung jawab sosial bisa dikendalikan.

e) Keuntungan jangka panjang. Keterlibatan sosial merupakan nilai yang sangat positif bagi perkembangan dan kelangsungan jangka panjang. Karena bank yang bersangkutan akan mendapatkan citra positif di mata masyarakat. Tidak bisa disangkal lagi, bahwa bisnis akan tetap bertahan jika kepentingan semua pihak dapat diperhatikan dan terpenuhi

E. Pengujian Kandungan Informasi *Corporate Social Responsibility*(CSR)

Bagi suatu perusahaan *Corporate Social Responsibility*(CSR) dapat membentuk image baik perusahaan di mata masyarakat, penelitian yang dilakukan oleh Cheng dan Christiawan (2011), menunjukkan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap abnormal return yang menandakan bahwa investor mempertimbangkan informasi CSR dalam pengambilan keputusan investasi. Dalam pengambilan keputusan investasi, investor sekarang tidak hanya berdasarkan pada informasi keuangan perusahaan saja, tetapi kini investor juga mempertimbangkan *Corporate Social and*

Responsibility (CSR) yang diungkapkan dalam laporan tahunan (*annual report*) perusahaan. Dengan adanya pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, maka informasi yang terkandung dalam *annual report* akan semakin lengkap karena investor dapat melihat kinerja keuangan, resiko, prospek bisnis, serta berkelanjutan dari perusahaan. Karena untuk menilai baik atau buruknya kinerja perusahaan tidak cukup hanya dilihat dari besarnya laba yang dihasilkan perusahaan.

Tahun 2000 untuk pertama kalinya *Global Reporting Initiative* (GRI) mempublikasikan *guidelines* disusul publikasi untuk *expanded version* nya pada Agustus 2002. Saat ini tidak kurang dari 460 perusahaan dari 45 Negara termasuk telah menggunakan sebagian atau total *Global Reporting Initiative* sebagai pembuatan *sustainability report* pada perusahaannya. Menurut *Global Reporting Initiative* dalam www.globalreporting.org, isi *sustainability report* terdiri dari 5 bagian:

- a. Visi dan strategi. Menjelaskan visi dan strategi perusahaan berkaitan dengan *sustainability*, dicantumkan juga pernyataan dan sambutan dari manajemen.
- b. Profil perusahaan. Merupakan *overview* struktur organisasi perusahaan serta ruang lingkup pelaporan.
- c. Sistem manajemen dan struktur pengelolaan. Pengungkapan struktur organisasi, kebijakan-kebijakan yang diambil, dan sistem manajemen, termasuk usaha-usaha perusahaan dalam melibatkan pemangku kepentingan

- d. *Global Reporting Initiative content index*. Berisi tabel yang mengidentifikasi letak setiap elemen isi laporan *Global Reporting Initiative* berdasarkan bagian dan indikatornya. Tujuannya untuk memudahkan pengguna laporan agar dapat mengakses secara cepat informasi dan indikator yang terdapat dalam *Global Reporting Initiative*.
- e. Indikator kinerja. Indikator ini mengukur dampak kegiatan perusahaan yang dikenal dengan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI) berdasarkan *Global Reporting Initiative* (GRI).

Pelaporan atau pengungkapan biaya tanggung jawab sosial dapat dilakukan perusahaan dengan cara menyajikannya ke dalam laporan keuangan triwulan, semester dan tahunan. Hal tersebut dimaksudkan agar otoritas, pemegang saham (investor), kreditor, dan *stakeholder* lainnya dapat mengetahui secara pasti tentang komitmen dan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang telah dilakukan perusahaan. Pengungkapan informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan (Sembiring, 2005).

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dapat diukur dengan indeks pengungkapan tanggung jawab sosial menurut GRI (*Global Reporting Initiatives*). GRI telah diterima secara global sebagai mutu standar untuk mengungkapkan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan. GRI adalah sebuah jaringan berbasis organisasi yang telah mempelopori perkembangan dunia, paling banyak menggunakan

kerangka laporan berkelanjutan dan berkomitmen untuk terus menerus melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia (Purnasiwi, 2011). GRI membantu perusahaan untuk memutuskan apa yang akan diungkapkan dan bagaimana mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial perusahaan. Saat ini GRI telah memasuki generasi ke 4 atau biasa disebut dengan GRI G4. Pedoman GRI G4 terdapat dua standar pengungkapan *sustainability report*, yaitu standar umum dan khusus. Pengungkapan standar umum dibagi menjadi tujuh aspek, yaitu : (1) strategi dan analisis; (2) profil perusahaan; (3) aspek material dan *boundary* teridentifikasi; (4) hubungan dengan *stakeholder*; (5) profil laporan; (6) tata kelola; (7) etika dan integritas. Adapun pengungkapan standar khusus pada pedoman GRI G4 dibagi kedalam tiga kategori yaitu ekonomi, lingkungan, dan sosial (GRIa, 2013).. Dalam GRI G4 standard khusus terdapat 91 item yang tersebar dalam 3 kategori. Adapun sub-sub dari indikator diatas adalah sebagai berikut:

Tabel 2.3
Daftar Indikator Pengungkapan CSR menurut GRI Standard Khusus G4

KATEGORI EKONOMI		
Kinerja Ekonomi	EC 1	Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan.
	EC 2	Implikasi financial dan risiko serta peluang lainnya kepada kegiatan organisasi karena perubahan iklim.
	EC 3	Cakupan kewajiban organisasi atas imbalan pasti.
	EC 4	Bantuan financial yang diterima dari pemerintah.
Keberadaan Pasar	EC 5	Rasio upah standar pegawai pemula (<i>entry level</i>) menurut gender dibandingkan dengan upah minimum regional di lokasi-lokasi operasional yang signifikan.
	EC 6	Perbandingan manajemen senior yang dipekerjakan dari masyarakat local di operasi yang signifikan.

Dampak Ekonomi Tidak Langsung	EC 7	Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur dan jasa yang diberikan.
	EC 8	Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk besarnya dampak.
Praktik Pengadaan	EC 9	Perbandingan dari pemasok local di operasional yang signifikan
KATEGORI LINGKUNGAN		
Bahan	EN 1	Bahan yang digunakan berdasarkan berat dan volume.
	EN 2	Presentase bahan yang digunakan yang merupakan bahan input daur ulang.
Energy	EN 3	Konsumsi energy dalam organisasi.
	EN 4	Konsumsi energy diluar organisasi.
	EN 5	Intensitas energy
	EN 6	Pengurangan konsumsi energy.
Air	EN 7	Konsumsi energy diluar organisasi.
	EN 8	Total pengambilan air berdasarkan sumber.
	EN 9	Sumber air yang secara signifikan dipengaruhi oleh pengambilan air.
	EN 10	Presentase dan total volume air yang didaur ulang dan digunakan kembali.
Keanekaragaman Hayati	EN 11	Lokasi-lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola didalam, atau yang berdekatan dengan kawasan lindung dan kawasan dengan keanekaragaman hayati tinggi diluar kawasan lindung.
	EN 12	Uraian dampak signifikan kegiatan, produk, dan jasa terhadap keanekaragaman hayati tinggi diluar kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi dikawasan lindung.
	EN 13	Habitat yang dilindungi dan dipulihkan.
	EN 14	Jumlah total spesies dalam IUCN RED LIST dan spesies dalam daftar spesies yang dilindungi nasional dengan habitat ditempat yang dipengaruhi operasional, berdasarkan tingkat risiko kepunahan.
Emisi	EN 15	Emisi gas rumah kaca (GRK) langsung (Cakupan 1).
	EN 16	Emisi gas rumah kaca (GRK) energi tidak langsung (Cakupan 2).
	EN 17	Emisi gas rumah kaca (GRK) energy tidak langsung lainnya (Cakupan 3).
	EN 18	Intensitas emisi gas rumah kaca (GRK).
	EN 19	Pengurangan emisi gas rumah kaca (GRK).
	EN 20	Emisi bahan perusak ozon (BPO)
	EN 21	NO _x , SO _x , dan emisi udara signifikan lainnya.
Efluen dan Limbah	EN	Total air yang dibuang berdasarkan kualitas dan

	22	tujuan.
	EN 23	Bobot total berdasarkan jenis dan metode pembuangan.
	EN 24	Jumlah dan volume total tumpahan signifikan.
	EN 25	Bobot limbah yang dianggap berbahaya menurut ketentuan Basel 2 Lampiran I,II,III dan VIII yang diangkut diimpor, diekspor atau diolah dan persentase limbah yang diangkut untuk pengiriman internasional.
	EN 26	Identitas ukuran dan status lindung, dan nilai keanekaragaman hayati dari badan air dan habitat terkait yang secara signifikan terkena dampak dari pembuangan dan air limpasan dari organisasi.
Produk dan Jasa	EN 27	Tingkat mitigasi dampak terhadap dampak lingkungan produk dan jasa.
	EN 28	Persentase produk yang terjual dan kemasannya yang direklamasikan menurut kategori.
Kepatuhan	EN 29	Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan lingkungan.
Transportasi	EN 30	Dampak lingkungan signifikan dari pengangkutan produk dan barang lain serta bahan untuk operasional organisasi dan pengangkutan tenaga kerja.
Lain-lain	EN 31	Total pengeluaran dan investasi perlindungan lingkungan berdasarkan jenis.
Asesmen pemasok atas lingkungan	EN 32	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria lingkungan.
	EN 33	Dampak lingkungan negative signifikan actual dan potensial dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil.
Mekanisme Pengaduan Masalah Lingkungan	EN 34	Jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi.
KATEGORI SOSIAL		
Sub Kategori : Praktik Ketenagakerjaan dan kenyamanan Bekerja		
Kepegawaian	LA 1	Jumlah total dan tingkat perekrutan karyawan baru dan <i>turnover</i> karyawan menurut kelompok umur, gender dan wilayah.
	LA 2	Tunjangan yang diberikan bagi karyawan purnawaktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atau paruh waktu, berdasarkan lokasi operasi yang signifikan.
	LA 3	Tingkat kembali bekerja dan tingkat resistensi setelah cuti melahirkan, menurut gender.
Hubungan Industrial	LA 4	Jangka waktu minimum pemberitahuan mengenai perubahan operasional, termasuk apakah hal tersebut tercantum dalam perjanjian bersama.
Kesehatan dan Keselamatan Kerja	LA 5	Persentase total tenaga kerja yang diwakili dalam komite bersama formal manajemen

		pekerja yang membantu mengawasi dan memberikan saran program kesehatan dan keselamatan kerja.
	LA 6	Jenis dan tingkat cedera, penyakit akibat kerja, hari hilang dan kemangkiran serta jumlah total kematian akibat kerja, menurut daerah dan gender.
	LA 7	Pekerjaan yang sering terkena atau beresiko tinggi terkena penyakit yang terkait dengan pekerjaan mereka.
	LA 8	Topic kesehatan dan keselamatan tercakup dalam perjanjian formal serikat pekerja.
Pelatihan dan Pendidikan	LA 9	Jam pelatihan rata-rata bertahun per karyawan menurut gender, dan menurut kategori karyawan.
	LA 10	Program untuk manajemen keterampilan dan pembelajaran seumur hidup yang mendukung keberlanjutan kerja karyawan dan membantu mereka mengelola purna bakti.
	LA 11	Persentase karyawan yang menerima review kinerja dan pengembangan karier secara regular menurut gender dan kategori karyawan.
Keberagaman dan Kesetaraan Peluang	LA 12	Komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan perkategori karyawan menurut gender, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas dan indikator keberagaman lainnya.
- Kesetaraan Remunerasi Perempuan dan Laki-Laki	LA 13	Rasio gaji pokok dan remunerasi bagi perempuan terhadap laki-laki menurut kategori karyawan, berdasarkan lokasi operasional yang signifikan.
- Asesmen Pemasok Terkait Praktik Ketenagakerjaan	LA 14	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan praktik ketenagakerjaan.
	LA 15	Dampak negative actual dan potensial yang signifikan terhadap praktik ketenagakerjaan rantai pasokan dan tindakan yang diambil.
	LA 16	Jumlah pengaduan tentang praktik ketenagakerjaan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui pengaduan resmi.
KATEGORI SOSIAL Sub Kategori : Hak Asasi Manusia		
Investasi	HR 1	Jumlah total dan persentase perjanjian dan kontrak investasi yang signifikan yang menyertakan klausul terkait hak asasi manusia atau penapisan berdasarkan hak asasi manusia.
	HR 2	Jumlah waktu pelatihan karyawan tentang kebijakan/prosedur HAM terkait dengan aspek HAM yang relevan dengan operasi.
Non Diskriminasi	HR 3	Jumlah total insiden diskriminasi dan tindakan korektif yang diambil.
Kebebasan Berserikat dan Perjanjian Kerja Bersama	HR 4	Operasi pemasok teridentifikasi yang mungkin melanggar atau beresiko tinggi melanggar hak untuk melaksanakan kebebasan berserikat dan perjanjian kerja bersama, dan tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut.

Pekerja Anak	HR 5	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi beresiko tinggi melakukan eksploitasi pekerja anak dan tindakan yang diambil untuk berkontribusi dalam penghapusan pekerja anak yang efektif.
Pekerja Paksa atau Wajib Kerja	HR 6	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi beresiko tinggi melakukan pekerja paksa atau wajib kerja dan tindakan untuk berkontribusi dalam penghapusan segala bentuk pekerja paksa atau wajib kerja.
Praktik Pengamanan	HR 7	Persentase petugas pengamanan yang dilatih dalam kebijakan atau prosedur hak asasi manusia di organisasi yang relevan dengan operasi.
Hak Adat	HR 8	Jumlah total insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat dan tindakan yang diambil.
Asesmen	HR 9	Jumlah total dan persentase operasi yang telah melakukan review atau asesmen dampak hak asasi manusia.
Asesmen Pemasok atas Hak Asasi Manusia	HR 10	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria hak asasi manusia.
	HR 11	Dampak negative actual dan potensial yang signifikan terhadap hak asasi manusia dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil.
Mekanisme Pengaduan Masalah Hak Asasi Manusia	HR 12	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap hak asasi manusia yang diajukan, ditangani dan diselesaikan melalui pengaduan formal.
KATEGORI SOSIAL		
Sub Kategori : Masyarakat		
Masyarakat Lokal	SO 1	Persentase operasi dengan pelibatan masyarakat lokal, dampak & pengembangan.
	SO 2	Operasi dengan dampak negative actual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat lokal.
Anti Korupsi	SO 3	Jumlah total dan persentase operasi yang dinilai terhadap risiko terkait dengan korupsi dan risiko signifikan yang teridentifikasi.
	SO 4	Komunikasi dan pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur anti korupsi.
	SO 5	Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil.
Kebijakan Publik	SO 6	Nilai total kontribusi politik berdasarkan Negara dan penerima/penerima manfaat.
Anti Persaingan	SO 7	Jumlah total tindakan hukum terkait anti persaingan, anti-trust, serta praktik monopoli dan hasilnya.
Kepatuhan	SO 8	Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan.
Asesmen Pemasok atas Dampak Terhadap Masyarakat	SO 9	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria untuk dampak terhadap masyarakat.
	SO 10	Dampak negative actual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat dalam rantai

		pasokan tindakan yang diambil.
Mekanisme pengaduan Dampak Terhadap Masyarakat	SO 11	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap masyarakat yang diajukan, ditangani dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi.
KATEGORI SOSIAL Sub Kategori : Tanggungjawab atas Produk		
Kesehatan Keselamatan Pelanggan	PR 1	Persentase kategori produk dan jasa yang signifikan dampaknya terhadap kesehatan dan keselamatan yang dinilai untuk peningkatan.
	PR 2	Total jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa sepanjang daur hidup, menurut jenis hasil.
Pelabelan Produk dan Jasa	PR 3	Jenis informasi produk dan jasa yang diharuskan oleh prosedur organisasi terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa yang signifikan harus mengikuti informasi sejenis.
	PR 4	Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, menurut jenis hasil.
	PR 5	Hasil survey untuk mengukur kepuasan pelanggan.
Komunikasi Pemasaran	PR 6	Penjualan produk yang dilarang atau disengketakan.
	PR 7	Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela tentang komunikasi pemasaran, termasuk iklan, promosi dan sponsor menurut jenis hasil.
Privasi Pelanggan	PR 8	Jumlah total keluhan yang terbukti terkait dengan pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan.
Kepatuhan	PR 9	Nilai moneter denda yang signifikan atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan terkait penyediaan dan penggunaan produk dan jasa.

Sumber : www.globalreporting.org

Dalam penelitian ini untuk menilai pengungkapan *Corporate Social Responsibility* peneliti menggunakan *dummy* yaitu dinilai 1 jika mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* dan dinilai 0 jika tidak mengungkapkan *Corporate Social Responsibility*. Setelah mengidentifikasi item yang digunakan oleh perusahaan di dalam laporan keuangan tahunan, hasil pengungkapan item

yang diperoleh dari setiap perusahaan dihitung indeksnya dengan proksi CSRI.

Adapun rumus menghitung CSRI adalah sebagai berikut (Sembiring: 2005):

$$CSRI_i = \frac{\sum X_{yi}}{n_i} \times 100\%$$

Keterangan:

CSRI_i: Indeks luas pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan i

$\sum X_{yi}$: nilai 1 = jika item diungkapkan; 0 = jika item tidak diungkapkan

N_i: jumlah item untuk perusahaan I, *n_i* = 91

F. Pandangan Islam terhadap *Corporate Social Responsibility*

Allah Berfirman :

﴿لَيْسَ الْبِرَّ أَنْ تُوَلُّوا وُجُوهَكُمْ قِبَلَ الْمَشْرِقِ وَالْمَغْرِبِ وَلَكِنَّ الْبِرَّ مَنْ ءَامَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِآخِرِ وَالْمَلَائِكَةِ وَالْكِتَابِ وَالنَّبِيِّينَ وَءَاتَى الْمَالَ عَلَى حُبِّهِ ذَوِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَابْنَ السَّبِيلِ وَالسَّائِلِينَ وَفِي الرِّقَابِ وَأَقَامَ الصَّلَاةَ وَءَاتَى الزَّكَاةَ وَالْمُوفُونَ بِعَهْدِهِمْ إِذَا عَاهَدُوا وَالصَّابِرِينَ فِي الْبَأْسَاءِ وَالضَّرَّاءِ وَحِينَ الْبَأْسِ أُولَئِكَ الَّذِينَ صَدَقُوا وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُتَّقُونَ﴾

۱۷۷

“Bukanlah menghadapkan wajahmu ke arah timur dan barat itu suatu kebajikan, akan tetapi sesungguhnya kebajikan itu ialah beriman kepada Allah, hari kemudian, malaikat-malaikat, kitab-kitab, nabi-nabi dan memberikan harta yang dicintainya kepada kerabatnya, anak-anak yatim, orang-orang miskin, musafir (yang memerlukan pertolongan) dan orang-orang yang meminta-minta; dan (memerdekakan) hamba sahaya, mendirikan shalat, dan menunaikan zakat; dan orang-orang yang menepati janjinya apabila ia berjanji, dan orang-orang yang sabar dalam kesempitan, penderitaan dan

dalam peperangan. Mereka itulah orang-orang yang benar (imannya); dan mereka itulah orang-orang yang bertakwa”

Dalam konteks ini, maka *Corporate Social Responsibility* dalam perspektif Islam adalah praktik bisnis yang memiliki tanggung jawab etis secara islami. Perusahaan memasukan norma-norma agama islam yang ditandai dengan adanya komitmen ketulusan dalam menjaga kontrak sosial di dalam operasinya. Dengan demikian, praktik bisnis dalam kerangka *Corporate Social Responsibility* Islami mencakup serangkaian kegiatan bisnis dalam bentuknya. Meskipun tidak dibatasi jumlah kepemilikan barang, jasa serta profitnya, namun cara-cara untuk memperoleh dan pendaayagunaannya dibatasi oleh aturan halal dan haram oleh syariah (Suharto,2010). *Corporate Social Responsibility* dalam perspektif Islam menurut AAOIFI yaitu segala kegiatan yang dilakukan institusi finansial Islam untuk memenuhi kepentingan religius, ekonomi, hukum, etika, dan discretionary responsibilities sebagai lembaga finansial intermediari baik bagi individu maupun institusi.

Menurut Islam, *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan harus bertujuan untuk menciptakan kebajikan yang dilakukan bukan melalui aktivitas-aktivitas yang mengandung unsur riba, melainkan dengan praktik yang diperintahkan Allah berupa zakat, infak, sedekah, dan wakaf. *Corporate Social Responsibility* juga harus mengedepankan nilai kedermawanan dan ketulusan hati (Suharto,2010). Perbuatan ini lebih Allah cintai dari ibadah-ibadah mahdhah.Rasulullah SAW bersabda, “*Memenuhi keperluan seorang mukmin lebih Allah cintai dari pada melakukan dua puluh kali haji dan pada setiap hajinya menginfakan ratusan ribu dirham dan dinar*”. Dalam hadis lain,

Rasulullah SAW juga bersabda, “*Jika seorang muslim berjalan memenuhi keperluan sesama muslim, itu lebih baik baginya daripada melakukan tujuh puluh kali thawaf di Baitullah.*”

Dari penjelasan diatas menunjukkan bahwa Islam telah mengatur dengan begitu jelas tentang prinsip-prinsip dasar yang terkandung dalam *Corporate Social Responsibility*, padahal isu *Corporate Social Responsibility* baru dimulai pada abad ke-20. Bahkan dalam berbagai *code of conduct* yang dibuat oleh beberapa lembaga, Islam telah memberikan penjelasan terlebih dahulu. Misalnya, dalam draft ISO 26000, *Global Reporting Initiatives* (GRI), *UN Global Compact*, *International Finance Corporation* (IFC), dan lainnya telah menegaskan berbagai instrumen indikator bagi pelaksanaan komitmen *Corporate Social Responsibility* perusahaan demi pemenuhan target pembangunan berkelanjutan seperti isu lingkungan hidup, hak asasi manusia, praktik ketenagakerjaan, perlindungan konsumen, tata kelola perusahaan, praktik operasional yang adil, dan pengembangan masyarakat. Dan bila ditilik lebih lanjut, sebenarnya prinsip-prinsip tersebut merupakan representasi berbagai komitmen yang dapat bersinergi dengan pengamalan prinsip kehidupan Islami (Kasmir, 2012)

2.2.9 Hubungan Profitabilitas dengan *Corporate Social*

Responsibility (CSR)

Profitabilitas yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang tinggi. Perusahaan adalah pihak yang memperoleh keuntungan besar dalam pemanfaatan sumber daya tersebut, sementara

masyarakat yang justru menanggung akibat negatif (*negative externalities*) baik yang bersifat langsung maupun tidak langsung. Untuk itu perusahaan harus bertanggungjawab atas berbagai dampak negatif yang dimunculkan. Perusahaan harus mengembalikan sebagian keuntungan yang diperoleh untuk kesejahteraan masyarakat, perbaikan kerusakan yang ditimbulkan, serta memberikan nilai timbal – balik kepada para pemangku kepentingan. Dengan demikian, perusahaan harus melakukan tindakan tanggungjawab sosial, dan menjadi bagian yang tak terpisahkan dari operasionalnya. Perusahaan memperoleh keuntungan yang besar, namun perusahaan dalam menjalankan operasinya menimbulkan dampak negatif terhadap lingkungan berupa pencemaran terhadap lingkungan dan penurunan tingkat kesehatan masyarakat. Sehingga perusahaan harus memberikan sebagian keuntungan yang diperoleh untuk program corporate social responsibility yang bertujuan untuk mengatasi dampak negatif yang ditimbulkan oleh operasi perusahaan. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan memperoleh keuntungan. Sehingga dapat dikatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*.

2.2.10 Hubungan Likuiditas dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Pada teori legitimasi berkeyakinan bahwa kekuatan perusahaan yang ditunjukkan rasio likuiditas tinggi akan berhubungan dengan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial yang tinggi. Hal ini didasarkan bahwa kuatnya keuangan suatu perusahaan akan cenderung memberikan informasi yang luas dari pada perusahaan yang memiliki kondisi keuangan yang lemah.

2.2.11 Hubungan Profitabilitas dengan Nilai Perusahaan

Profit atau laba merupakan hal utama yang diperhatikan oleh para investor. Profitabilitas yang tinggi akan menarik investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut dengan harapan tingkat pengembalian yang diterima juga tinggi. Berbagai kebijakan yang diambil manajemen dalam upaya untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik dan para pemegang saham yang tercermin pada harga saham. Sehingga, dari kondisi tersebut investor akan berkepentingan dengan menganalisis nilai perusahaan, sebab analisis nilai perusahaan akan memberikan kebermanfaatn informasi kepada investor dalam menilai prospek perusahaan di masa mendatang dalam menghasilkan laba. Jadi, profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai sebuah perusahaan.

2.2.12 Hubungan Likuiditas dengan Nilai Perusahaan

Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan jangka pendek. Jika kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya akan direspon positif oleh pasar, maka hal ini sesuai dengan konsep signaling theory. Tingkat likuiditas yang tinggi, maka pasar akan menaruh kepercayaan terhadap perusahaan, bahwa perusahaan tersebut dapat menjaga tingkat likuiditasnya, yang artinya perusahaan tersebut memiliki kinerja yang baik.

2.2.13 Hubungan *Corporate Social Responsibility*(CSR) terhadap Nilai Perusahaan

Utama (2016) menyatakan penerapan CSR merupakan salah satu gambaran dari kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan. Semakin baik tata kelola perusahaan, semakin tinggi pula pengungkapan sosial yang dilakukan sehingga nilai perusahaan yang dicapai akan semakin tinggi. Mekanisme dan struktur sosial di perusahaan dapat dijadikan sebagai infrastruktur pendukung praktik dan

pengungkapan CSR karena dapat mengurangi asimetri informasi yang apabila terjadi dapat menimbulkan moral hazard. Dengan demikian mekanisme CSR akan bermanfaat dalam mengatur dan mengendalikan perusahaan sehingga menciptakan nilai tambah untuk semua stakeholders.

2.2.14 Hubungan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan melalui *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Profitabilitas perusahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan pada periode akuntansi. Profitabilitas dapat menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya, karena semakin besar dividen (*dividend payout*) akan semakin menghemat biaya modal, di sisi lain para manajer (insider) menjadi meningkat povernya bahkan bisa meningkatkan kepemilikannya akibat penerimaan deviden sebagai hasil keuntungan yang tinggi. Pengungkapan sosial perusahaan diwujudkan melalui kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial. Semakin baik kinerja yang dilakukan perusahaan didalam memperbaiki lingkungannya (kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial), maka nilai perusahaan semakin meningkat sebagai akibat dari para investor yang menanamkan sahamnya pada perusahaan. Hal ini sesuai dengan *signaling theory* yang menyatakan bahwa ketika rasio, profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility (CSR)* menunjukkan nilai yang berubah, hal ini otomatis memberikan informasi pada investor dalam memberikan penilaian terhadap nilai perusahaan. Indikasi yang baik mengenai prospek perusahaan, dimana prospek perusahaan yang baik tercermin dari penilaian investor terhadap perusahaan.

Semakin meningkatnya keuntungan perusahaan, maka akan semakin tinggi penilaian investor terhadap perusahaan tersebut.

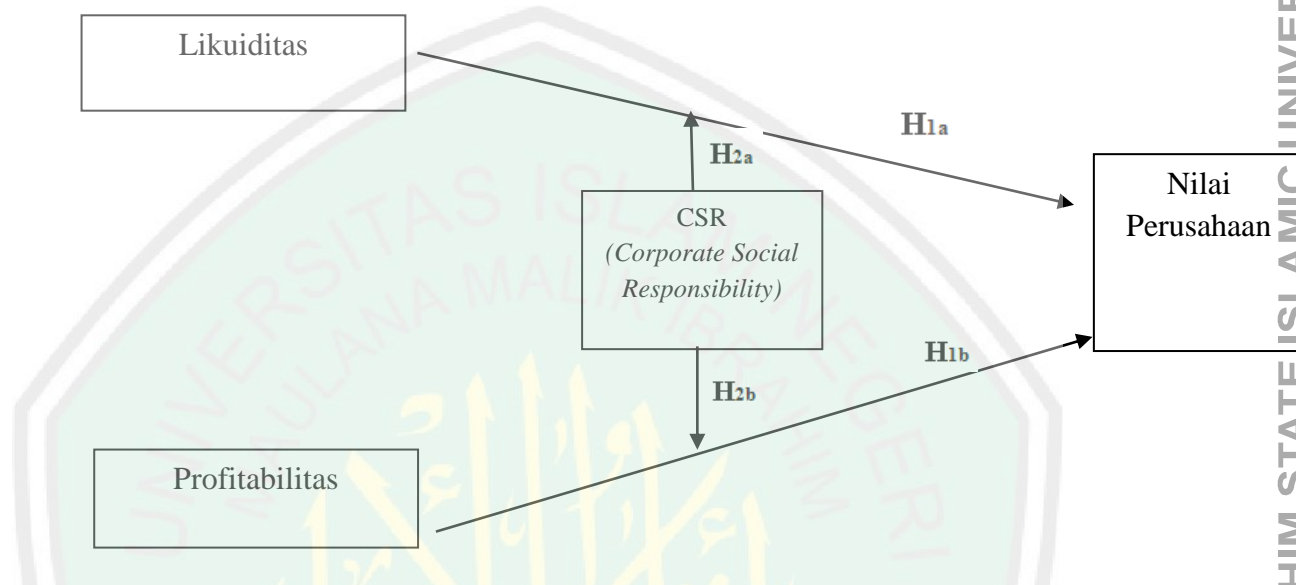
2.2.15 Hubungan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan melalui *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Tingkat likuiditas yang tinggi dapat mempengaruhi keputusan investor dalam melakukan investasi yang kemudian berdampak pada nilai perusahaan karena investor menilai bahwa perusahaan tersebut mempunyai kinerja yang baik. Likuiditas yang dilakukan oleh suatu perusahaan menjadi pertimbangan dalam menentukan kebijakan dividen yang akan dilakukan untuk mengeluarkan pembayaran hutang perusahaan. Semakin besar arus kas yang keluar dapat dikatakan bahwa kemampuan perusahaan untuk membayar dividen/hutang juga tinggi. Hal ini sesuai dengan *signaling theory* yang menyatakan bahwa ketika rasio likuiditas dan *Corporate Social Responsibility (CSR)* menunjukkan nilai yang berubah, hal ini otomatis memberikan informasi pada investor dalam memberikan penilaian terhadap nilai perusahaan. Indikasi yang baik mengenai prospek perusahaan, dimana prospek perusahaan yang baik tercermin dari penilaian investor terhadap perusahaan. Semakin meningkatnya keuntungan perusahaan, maka akan semakin tinggi penilaian investor terhadap perusahaan tersebut.

2.3 Kerangka Konsep

Secara sistematis kerangka konsep dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka konsep penelitian



Berdasarkan kerangka konseptual diatas, dapat diketahui bahwa variabel *independen* dalam penelitian ini adalah likuiditas dan profitabilitas. Sedangkan variabel *dependen* adalah nilai perusahaan. Pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan, profitabilitas terhadap nilai perusahaan, *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan, dalam memoderasi likuiditas dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan, dalam penelitian ini peneliti menggunakan dasar teori sinyal dan legitimasi. Asumsi utama dari teori sinyal ini memberikan ruang bagi investor untuk mengetahui bagaimana keputusan yang akan diambilnya berkaitan dengan nilai perusahaan tersebut. Akibatnya, ketika rasio likuiditas, profitabilitas, menunjukkan nilai yang berubah, hal ini otomatis memberikan informasi pada investor dalam memberikan penilaian terhadap nilai

perusahaan. Dan asumsi teori legitimasi ini menunjukkan bahwa perilaku etis perusahaan berupa tanggung jawab sosial terhadap lingkungan sekitarnya memberikan dampak positif jangka panjang yang tercermin pada keuntungan perusahaan (profit) dan peningkatan kinerja keuangan.

2.4 Hipotesis Penelitian

1. Pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan.

Likuiditas berhubungan dengan masalah kemampuan suatu badan usaha untuk memenuhi kebutuhan finansialnya yang harus dipenuhi. Tingkat likuiditas dan faktor-faktor yang mempengaruhinya perlu diperhatikan oleh pihak internal perusahaan sebagai dasar untuk menentukan kebijakan bagi perkembangan suatu badan usaha dari tahun ke tahun. Tingkat likuiditas bagi perusahaan yaitu untuk mengetahui apakah perusahaan yang bersangkutan memerlukan uang yang cukup di pergunakan secara lancar dalam menjalankan usahanya (Harjito & Martono, 2002:55).

Semakin tinggi likuiditas perusahaan (yang salah satunya tercermin dalam rasio kas atas aktiva lancar), semakin banyak dana tersedia bagi perusahaan untuk membayar dividen, membiayai operasi dan investasinya, sehingga persepsi investor pada kinerja perusahaan akan meningkat. Harga saham diduga akan meningkat pula dan PBV akan terpengaruh secara menguntungkan (Mafizatul Nurhayati, 2013). Penelitian terdahulu oleh Maiyarni (2014) diungkapkan hubungan antara likuiditas terhadap nilai perusahaan sebagai berikut :Likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian oleh Aristanti (2015) juga menguatkan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H1a :Diduga Likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

2. Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Return on equity dan *Return on Assets* adalah salah satu rasio profitabilitas yang mengukur tingkat pengembalian modal yang diinvestasikan oleh pemegang saham. Biasanya investor akan menangkap rasio ini sebagai signal positif dengan semakin tingginya tingkat rasio ini akan dapat meningkatkan kesejahteraan pemegang saham, dan meningkatkan permintaan atas saham perusahaan tersebut, dengan kata lain akan meningkatkan nilai perusahaan. Suatu angka *Return on equity* dan *Return on Assets* yang bagus akan membawa keberhasilan bagi perusahaan yang mengakibatkan tingginya harga saham dan membuat perusahaan dengan mudah menarik dana baru. Menurut Analisa (2011), nilai perusahaan dapat pula dipengaruhi oleh besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan. Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Profitabilitas sendiri merupakan rasio dari efektifitas manajemen berdasarkan hasil pengembalian yang dihasilkan dari penjualan dan investasi(Kusumajaya, 2011). Jadi profitabilitas dianggap berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba semakin tinggi, sehingga investor bereaksi positif terhadap harga saham. Adanya pengaruh positif profitabilitas terhadap nilai perusahaan telah dibuktikan oleh Ayuningtias(2013)

dan Nurhayati (2013) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H1b :DidugaProfitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai rasio profitabilitas maka akan meningkatkan nilai perusahaan.

3. Pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel pemoderasi

Semakin tinggi likuiditas perusahaan (yang salah satunya tercermin dalam rasio kas atas aktiva lancar), semakin banyak dana tersedia bagi perusahaan untuk membayar dividen, membiayai operasi dan investasinya, sehingga persepsi investor pada kinerja perusahaan akan meningkat. Harga saham diduga akan meningkat pula dan PBV akan terpengaruh secara menguntungkan (Mafizatun Nurhayati, 2013). Penelitian terdahulu oleh Maiyarni (2014) diungkapkan hubungan antara likuiditas terhadap nilai perusahaan sebagai berikut :Likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian oleh Aristanti (2015) juga menguatkan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.Rasio likuiditas merupakan salah satu rasio yang menunjukkan bagaimana perusahaan mampu memenuhi kewajiban lancarnya dengan asset lancar yang dimilikinya. Tingkat likuiditas yang tinggi dapat menggambarkan kinerja perusahaan yang baik karena dengan tingkat likuiditas yang baik perusahaan akan lebih mudah untuk memenuhi kewajiban. Semakin tinggi tingkat likuiditas semakin besar pula tingkat kemampuan perusahaan untuk membayarkan kewajiban-

kewajiban. Sebaliknya jika laba perusahaan menurun, maka pemegang saham akan menanggung semua kerugian. Responsibility akan meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan meningkat. Menurut Wallace dan Naser (1994) berpendapat bahwa likuiditas adalah faktor penting dalam evaluasi perusahaan oleh pihak yang berkepentingan seperti investor, kreditur dan pemerintah setempat.

Sebaliknya penelitian yang dilakukan oleh Maiyarni dkk (2014) menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Dari beberapa pendapat dan peneliti sebelumnya dapat disimpulkan bahwa dengan perusahaan yang memiliki nilai likuiditas yang tinggi akan semakin besar perusahaan dalam membayar tagihannya, dan akan berpengaruh juga terhadap luasnya pengungkapan tanggung jawab social.

Dahlia D.Siregar (2008) mengindikasikan bahwa perilaku etis perusahaan berupa tanggung jawab sosial terhadap lingkungan sekitarnya memberikan dampak positif jangka panjang yang tercermin pada keuntungan perusahaan (profit) dan peningkatan kinerja keuangan. Berdasarkan teori legitimasi (*legitimacy theory*) mengharuskan perusahaan bertindak *responsive* terhadap lingkungan dimana mereka beroperasi.

H2a :Diduga *Corporate Social Responsibility* dapat memperkuat pengaruh antara likuiditas terhadap nilai perusahaan.

4. **Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel pemoderasi**

Menurut Analisa (2011), nilai perusahaan dapat pula dipengaruhi oleh besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan. Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Profitabilitas sendiri merupakan rasio dari efektifitas manajemen berdasarkan hasil pengemblian yang dihasilkan dari penjualan dan investasi. (Kusumajaya, 2011). Jadi profitabilitas dianggap berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba semakin tinggi, sehingga investor bereaksi positif terhadap harga saham. Adanya pengaruh positif profitabilitas terhadap nilai perusahaan telah dibuktikan oleh Ayuningtias (2013) dan Nurhayati (2013) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Responsibility akan meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan meningkat. Hasil penelitian juga telah dibuktikan oleh Agusta Amanda Wulandari (2016) dan Masiyah dan Wirakusuma (2009) yang sama-sama menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

H2b : Diduga *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan memperkuat hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian Metodologi penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif karena sesuai dengan tujuan penelitian. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2013:14). Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan yang menggunakan data dalam bentuk angka pada analisis statistik. Penelitian ini bertujuan untuk mencari pengaruh variabel tertentu terhadap variabel lainnya. Berdasarkan tingkat penjelasan dari kedudukan variabelnya maka penelitian ini bersifat asosiatif kausal, yaitu penelitian yang mencari hubungan (pengaruh) sebab akibat, yaitu variabel independen/variabel yang memengaruhi (X) terhadap variabel dependen variabel yang dipengaruhi (Y) (Sugiyono, 2009:56)

3.2 Lokasi dan Objek Penelitian

a. Lokasi penelitian

Lokasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) sub sector perusahaan makanan dan minuman, dengan pengambilan data melalui situs internet <http://www.ojk.go.id>, <http://www.bapepam.go.id>, <http://www.idx.co.id>

b. Objek penelitian

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan yang terdaftar dalam BEI sub sector Makanan dan Minuman. Sedangkan periode penelitian ini adalah tahun 2012-2016

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2006). Populasi yang diambil pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang bergerak di bidang makanan dan minuman dan telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012 sampai dengan tahun 2016. Dalam penelitian ini, yang menjadi populasi adalah perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012-2016. Populasi untuk penelitian ini berjumlah sebanyak 17 perusahaan.

Tabel 3.1
Perusahaan subsektor makanan dan minuman Periode 2012-2016

No	Kode Saham	Nama Emiten
1	ADES	Akasha Wira Internasional Tbk,
2	AISA	Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk
3	ALTO	Tri Banyan Tirta Tbk
4	AQUA	Aqua Golden Missisipi Tbk,
5	CEKA	Cahaya Kalbar Tbk
6	DAVO	Davomas Abadi Tbk,
7	DLTA	Delta Djakarta Tbk
8	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
9	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk
10	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk
11	MYOR	Mayora Indah Tbk
12	PSDN	Prasidha Aneka Niaga Tbk
13	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk
14	SKBM	Sekar Bumi Tbk
15	SKLT	Sekar Laut Tbk
16	STTP	Siantar Top Tbk
17	ULTJ	Ultra Jaya Milk Industry and Trading Company

Sumber : www.sahamok.com

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan sebagian dari elemen – elemen populasi. Penelitian dengan menggunakan sampel yang representatif akan memberikan hasil yang mempunyai kemampuan untuk digeneralisasi (Priadana, 2009). Kriteria sampel yang representatif tergantung dari dua aspek yang saling berkaitan *pertama* akurasi yakni berkenaan dengan sejauh mana statistik sampel dapat

mengestimasi parameter populasi dengan tepat. Akurasi berkaitan dengan tingkat keyakinan (*confidence level*). Kedua presisi yaitu sejauh mana hasil penelitian berdasarkan sampel dapat merefleksikan realitas populasinya dengan teliti. Presisi menunjukkan tingkat ketepatan hasil penelitian menggambarkan karakteristik populasinya.

Dari populasi yang telah dijelaskan, maka ditemukan sampel sebanyak 7 perusahaan makanan dan minuman sesuai dengan persyaratan kriteria sampel pada tabel 3.2 sebagai berikut:

Tabel 3.2
Sampel Perusahaan yang terdaftar di BEI sub sektor Makanan dan Minuman
Tahun 2012-2016

No	Kode Saham	Nama Saham
1	ADES	Akasha Wira International Tbk.
2	DLTA	Delta Jakarta Tbk.
3	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.
4	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk.
5	ROTI	Nippon Indosari Corporindo Tbk.
6	ULTJ	Ultra Jaya Milk Tbk.
7	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.

Sumber: www.sahamok.com

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, dengan tujuan untuk memperoleh sampel yang representatif berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Teknik *purposive sampling* merupakan sampel yang memiliki tujuan untuk memahami informasi tertentu pada sumber tertentu (Tony Wijaya, 2013).

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

- a. Perusahaan manufaktur kategori *food and beverage* yang terdaftar di BEI tahun 2012-2016
- b. Perusahaan manufaktur kategori *food and beverage* yang tidak didelisting pada tahun 2012-2016
- c. Perusahaan tersebut menerbitkan laporan keuangan dan laporan tahunan pada tahun 2012-2016
- d. Perusahaan tersebut menyediakan informasi mengenai pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* dalam laporan tahunannya pada tahun 2012-2016

Berdasarkan kriteria tersebut, maka didapat sampel perusahaan manufaktur sektor industri makanan dan minuman sebanyak 7 perusahaan dari 17 perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Tabel 3.3
Kriteria Pengambilan Sampel

No	Keterangan	Nama Perusahaan
1	Perusahaan termasuk kategori sector makanan dan minuman (<i>food and beverage</i>)	17
2	Perusahaan yang mengalami delisting selama periode 2012-2016	(3)
3	Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi subsektor makanan dan minuman yang tidak secara berturut-berturut menerbitkan laporan keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016	(1)
5	Perusahaan yang tidak menyediakan informasi tentang <i>Corporate Social Responsibility</i> selama periode amatan	(6)
Jumlah Sampel		7

Sumber : Bursa Efek Indonesia (BEI) data telah diolah oleh peneliti, 2017

3.5 Data dan Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, merupakan data yang lebih dahulu dikumpulkan dan dilaporkan oleh orang diluar penulis sendiri, melalui studi kepustakaan, dokumen, perundang-undangan, laporan dan data lain yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Data sekunder dalam penelitian ini berupa *Current Ratio (CR)*, *Quick Ratio (QR)* *return on equity (ROE)*, total asset dan *price book value (PBV)*, dimana data-data tersebut bersumber dari laporan keuangan pada perusahaan yang terdaftar di BEI pada tahun 2013-2015 dan juga dengan menggunakan data IHSG.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan metode dokumentasi yaitu pengumpulan data pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen dengan membaca, mempelajari, mengklasifikasikan, dan menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan perusahaan yang sesuai dengan masalah yang diteliti.

3.7 Definisi Operasional Variabel

a. Variabel Independen

Variabel Independen adalah variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, prediksot, antecedent. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2013:61).

Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Current Ratio*, *Quick Ratio*, ROA, dan RETURN ON EQUITY . Penjelasan dari variabel-variabel tersebut adalah sebagai berikut :

1. Rasio likuiditas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang segera harus dipenuhi. Dalam penelitian ini digunakan digunakan *Current Ratio* dan *Quick Ratio* dengan rumus sebagai berikut :

- a) Rasio Lancar (*Current Ratio*), yaitu perbandingan antara aktiva lancar dengan hutang lancar yang merupakan kemampuan untuk membayar utang yang segera harus dipenuhi dengan aktiva lancar

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

Sumber : Riyanto (1995)

- b) Rasio cepat (*Quick ratio*) adalah ukuran uji solvensi jangka pendek yang lebih teliti daripada rasio lancar karena pembilangnya mengeliminasi persediaan yang dianggap aktiva lancar yang sedikit tidak liquid dan kemungkinan menjadi sumber kerugian. Adapun rumus *quick ratio* yaitu:

$$\text{Quick ratio} = \frac{\text{Aktiva Lancar} - \text{Persediaan}}{\text{Hutang Lancar}}$$

Persediaan ini terdiri dari, persediaan alat-alat kantor (*supplies*), persediaan bahan baku (*raw material*), persediaan barang dalam proses (*in process goods*) dan persediaan barang jadi (*finished good*). Tujuan manajemen persediaan adalah mengadakan persediaan yang dibutuhkan untuk operasi yang berkelanjutan pada biaya yang minimum.

Sumber : Fahmi, (2012: 59).

2. Rasio profitabilitas merupakan rasio keuangan untuk mengukur kemampuan manajemen dalam memperoleh keuntungan (laba). Dalam penelitian ini, rasio profitabilitas yang digunakan yaitu *Return on asset (ROA)* dan *Return on Equity (ROE)* dengan rumus :

a) *Return on asset (ROA)*

Rasio laba bersih terhadap total aktiva mengukur pengembalian atas total aktiva *Return on asset (ROA)* setelah bunga dan pajak. Pengembalian atas total aktiva dapat dihitung dengan cara sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aktiva}}$$

Sumber :S Munawir (2004)

b) *Return on Equity (ROE)*

Rasio laba bersih terhadap ekuitas saham biasa, mengukur pengembalian atas ekuitas saham biasa *Return on Equity (ROE)* atau tingkat pengembalian atas investasi pemegang saham.

Cara menghitung ROE yaitu :

$$ROE = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Sumber :S Munawir (2004)

b. Variabel Dependen

Variabel Dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, 65 karena adanya variabel bebas (Sugiyono,2013:61). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah penilaian perusahaan. Penjelasan variabel tersebut adalah sebagai berikut:

1. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan diprosikan dengan PBV (Price to Book Value) yang dihitung dengan menggunakan rasio PBV dengan rumus sebagai berikut (Sundjaja dan Berlian, 2002:109):

$$\text{Price Book Value (PBV)} = \frac{\text{Harga Pasar Saham}}{\text{BV}}$$

BV

Keterangan:

PBV: harga buku saham

BV (Book Value): nilai buku

Sumber: Tryfino (2009:9-11)

c. Variabel Pemoderasi

Variabel moderating adalah variabel yang memperkuat atau memperlemah hubungan langsung antara variabel independen dan variabel dependen. Dalam penelitian ini Corporate Social Responsibility sebagai variabel moderasi yang dapat diukur dengan indeks pengungkapan tanggung jawab sosial menurut GRI (*Global Reporting Initiatives*). Saat ini GRI telah memasuki generasi ke 4 atau biasa disebut dengan GRI G4. Pedoman GRI G4 terdapat dua standar pengungkapan sustainability report, yaitu standar umum dan khusus. Pengungkapan standar umum dibagi menjadi tujuh aspek, yaitu : (1) strategi dan analisis; (2) profil perusahaan; (3) aspek material dan boundary teridentifikasi; (4) hubungan dengan stakeholder; (5) profil laporan; (6) tata kelola; (7) etika dan integritas. Adapun pengungkapan standar khusus pada pedoman GRI G4 dibagi kedalam tiga kategori yaitu ekonomi, lingkungan, dan sosial (GRIa, 2013). Dalam penelitian ini untuk mengukur tanggung jawab sosial berdasarkan GRI G4 menggunakan standar khusus, dikarenakan dari sampel perusahaan yang telah di analisis oleh peneliti tidak termasuk kedalam perusahaan core sesuai dengan data yang tertera pada <http://database.globalreporting.org/search/>.

3.8 Analisa Data

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh hubungan antara variabel independen likuiditas dan profitabilitas dan variabel dependen nilai perusahaan, serta menguji apakah CSR mempunyai pengaruh terhadap hubungan antara Profitabilitas dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan. Penelitian dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dan regresi moderasi.

3.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis ini bertujuan untuk menggambarkan apa yang ditemukan pada hasil penelitian dan memberikan informasi sesuai dengan yang diperoleh di lapangan. Teknik deskriptif yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah untuk menginterpretasikan nilai rata-rata, nilai maksimum, dan nilai minimum dari masing-masing variabel penelitian

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Husein (2008) menyatakan uji normalitas berguna untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Jika data ternyata tidak terdistribusi dengan normal, analisis non parametrik dapat digunakan. Jika data berdistribusi normal, analisis parametrik termasuk model – model regresi dapat digunakan. Mendeteksi data berdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas. Uji

kenormalan data juga bisa dilakukan tidak berdasarkan grafik, misalnya dengan uji kolmogorov – smirnov. Lalu intepretasinya adalah bahwa jika nilainya di atas 0,05 maka distribusi data dinyatakan memenuhi asumsi normalitas, dan jika nilainya di bawah 0,05 maka diinterpretasikan sebagai tidak normal.

a. **Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas berguna untuk mengetahui apakah pada model regresi yang diajukan telah ditemukan korelasi kuat antar variabel independen, dimana akan diukur keeratan hubungan antar variabel bebas tersebut melalui besaran koefisien korelasi (r). Dikatakan terjadi multikolinearitas, jika koefisien korelasi antar variabel bebas lebih besar dari 0,60. Dikatakan tidak terjadi multikolinearitas jika koefisien korelasi antar variabel lebih kecil atau sama dengan 0,60. Variabel bebas menglaami multikolinieritas jika: α (tolerance) hitung $< \alpha$ dan VIF itung $> VIF$. Variabel bebas tidak mengalami multikolinieritas jika: α hitung $> \alpha$ dan VIF hitung $< VIF$ (Sunyoto, 2013).

b. **Uji Heteroskedastisitas**

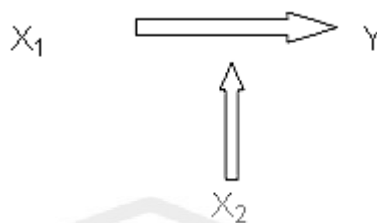
Uji heterokedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, disebut homoskedastisitas, sedangkan untuk varians yang berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah model yang heterokedastisitas. Cara untuk

menentukan heterokedastisitas dapat dilakukan dengan berbagai cara diantaranya: residual plot, metode grafik, uji park, uji glejser dan kelaziman (Husein, 2008). Dalam penelitian ini menggunakan residual plot karena peneliti ingin menguji apakah nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak.

c. **Regresi Linier Berganda Dengan MRA (*Moderating Regression Analysis*)**

Ghozali (2011), uji Interaksi atau sering disebut *Moderated regression Analysis* (MRA) merupakan aplikasi khusus regresi berganda linier dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi. Menurut Ghozali, tujuan analisis ini untuk mengetahui apakah variabel *moderating* akan memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

Variabel moderating mempengaruhi hubungan langsung antara variabel independen dengan variabel dependen. Pengaruh ini dapat memperkuat atau memperlemah hubungan langsung antara variabel independen dengan variabel dependen. Variabel moderating juga dapat menyebabkan sifat atau hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen menjadi positif atau negatif. Model hubungan ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1.2
Model hubungan regresi dengan variabel moderating

Pada gambar di atas variabel X2 merupakan variabel moderating, karena dapat melemahkan atau memperkuat hubungan antara X1 dan Y. Artinya, semakin tinggi X1 dan X2, maka semakin tinggi Y, dan sebaliknya semakin rendah X1 dan X2, maka semakin rendah pula Y. Ada beberapa cara untuk menguji regresi dengan variabel moderating dan salah satunya adalah *Moderated Regression Analysis (MRA)*. *Moderated Regression Analysis (MRA)* atau uji interaksi merupakan aplikasi khusus regresi berganda linear dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen) dengan rumus persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + X_1X_2 + e$$

Variabel perkalian antara X1 dan X2 disebut juga variabel moderat oleh karena itu menggambarkan pengaruh moderating variabel X2 terhadap hubungan X1 dan Y. Sedangkan variabel X1 dan X2 merupakan pengaruh langsung dari variabel X1 dan X2 terhadap Y.

X1 dan X2 dianggap sebagai variabel moderat karena:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + X_1X_2 + e$$

$$dY/dX_1 = b_1 + X_2$$

Persamaan tersebut memberikan arti bahwa dY/dX_1 merupakan fungsi dari X_2 atau variabel X_2 memoderasi hubungan antara X_1 dan Y . Hipotesis yang akan diuji :Semakin tinggi X_1 dan X_2 maka akan berpengaruh terhadap semakin tingginya Y . Untuk menguji apakah B merupakan variabel moderating maka persamaan regresi dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + X_1X_2 + e$$

Ketentuan :

Regresi dengan *Moderated Regression Analysis* (MRA) pada umumnya menimbulkan masalah, oleh karena akan terjadi multikolonieritas yang tinggi antara variabel independen, misalkan antara variabel X_1 dan variabel moderat (X_1, X_2) atau antara variabel X_2 dan Moderat (X_1, X_2). Hal ini disebabkan pada variabel moderat ada unsur X_1 dan X_2 . Hubungan multikolonieritas lebih dari 80% menimbulkan masalah dalam regresi. Dari hasil regresi persamaan-persamaan diatas dapat terjadi beberapa kemungkinan sebagai berikut:

- a. Jika variabel moderator (Z) tidak berinteraksi dengan variabel prediktor/independen (X) namun berhubungan dengan variabel kriterion/dependen (Y) maka variabel Z tersebut bukanlah variabel moderator melainkan merupakan variabel intervening atau variabel independen.

- b. Jika variabel moderator (Z) tidak berinteraksi dengan variabel independen (X) dan juga tidak berhubungan dengan variabel dependen (Y) maka variabel Z merupakan variabel moderator homologizer.
- c. Jika variabel moderator (Z) berinteraksi dengan variabel independen (X) dan juga berhubungan signifikan dengan variabel dependen (Y) maka variabel Z tersebut merupakan variabel quasi moderator (moderator semu). Hal ini karena variabel Z tersebut dapat berlaku sebagai moderator juga sekaligus sebagai variabel independen.
- d. Jika variabel moderator (Z) berinteraksi dengan variabel independen (X) namun tidak berhubungan signifikan dengan variabel dependen (Y) maka variabel Z tersebut merupakan variabel pure moderator (moderator murni).

3.8.3 Uji Hipotesis

a. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah di antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas.

Formula menghitung koefisien determinasi adalah :

$$R^2 = \frac{TSS - SSE}{TSS} = \frac{SSR}{TSS}$$

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model.

Setiap tambahan satu variabel independen maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu, dianjurkan untuk menggunakan nilai adjusted R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi yang terbaik (Priadana, 2009).

b. Uji t – test (*Parsial*)

Untuk menguji pengaruh variabel independen digunakan uji t, yang berfungsi untuk menguji keberartian koefisien regresi linier berganda secara parsial. Menurut Tony Wijaya (2013) pengujian melalui uji t dilakukan dengan membandingkan t-hitung (t_{hitung}) dengan t-tabel (t_{tabel}) pada derajat signifikan 5%. Apabila hasil pengujian menunjukkan :

1. $(t_{hitung}) > (t_{tabel})$ atau apabila probabilitas kesalahan kurang dari 5% maka h_0 ditolak dan h_a diterima, yang berarti bahwa variabel dependen dapat menerangkan variabel independen, dan memang ada pengaruh yang signifikan diantara kedua variabel yang diuji.
2. $(t_{hitung}) < (t_{tabel})$ atau apabila probabilitas kesalahan kurang dari 5% maka h_0 diterima dan h_a ditolak, yang berarti bahwa variabel dependen dapat menerangkan variabel independen, dan memang tidak ada pengaruh yang signifikan diantara kedua variabel yang diuji.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Bursa Efek Indonesia (BEI) merupakan tempat atau wadah bagi pelaku saham yang memperdagangkan atau memperjualbelikan setiap saham/efek yang mereka miliki juga tempat bagi para pelaku yang ingin membeli saham/efek. Bursa Efek Indonesia (BEI) bertujuan untuk meningkatkan peran modal dan perekonomian di Indonesia. Bursa Efek Indonesia (BEI) juga merupakan lembaga penyelenggara sah sesuai undang-undang yang dapat memperdagangkan instrumen keuangan. Anggota bursa efek adalah perantara perdagangan efek yang telah memperoleh izin usaha dari Bapepam dan mempunyai hak untuk mempergunakan sistem dan atau sarana bursa efek sesuai dengan peraturan bursa efek (Undang-undang Republik Indonesia No.8 Tahun 1995).

Ada sembilan sektor perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu : pertanian; pertambangan; industri dasar dan kimia; aneka industri; industri barang konsumsi; properti, real estate dan konstruksi bangunan; infrastruktur, utilitas dan transportasi; keuangan, perdagangan, jasa dan investasi. Perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang membuat atau menghasilkan produk dengan tangan maupun mesin dimana produk tersebut dapat digunakan atau dikonsumsi oleh manusia. Ada beberapa sektor industri manufaktur yang tumbuh tinggi, salah satunya adalah sektor industri makanan dan minuman.

Saat ini industri makanan dan minuman di Indonesia berkembang semakin pesat. Indonesia dinilai masih menjadi magnet bagi pelaku usaha global untuk menanamkan modal dan memutar dana investasi. Salah satu bisnis yang terus memikat adalah bisnis makanan dan minuman. Sektor industri makanan dan minuman memiliki daya tarik yang tinggi bagi para investor. Data Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) menunjukkan, rasio investasi sektor makanan dan minuman periode 2010-2014 mencapai angka 46%. Minat investasi sektor industri makanan dan minuman yang makin tinggi, mempengaruhi para investor asing untuk berinvestasi. Pada November 2014 sampai Maret 2015 tim BKPM mengidentifikasi adanya minat investasi industri makanan dan minuman yang berasal dari Jepang, Korea Selatan, dan Amerika Serikat senilai USD 1,6 milyar (Gumelar, 2015). Produk-produk yang dihasilkan tersebut bersifat konsumtif dan disukai orang sehingga para produsen dalam industri ini memiliki tingkat penjualan yang tinggi yang berdampak pula pertumbuhan sektor industri ini.

Sepanjang tahun 2016 hingga semester pertama usai, kinerja penjualan emiten-emiten sub sektor makanan dan minuman. Para investor kini mulai melirik perusahaan makanan dan minuman di Indonesia karena laju pertumbuhan pada sektor ini melaju cukup pesat. Rata-rata pertumbuhan aset perusahaan manufaktur tahun 2012-2016 ada yang mengalami peningkatan dan penurunan setiap tahun dilihat dari ICMD (*Indonesia Capital Market Directory*). Obyek yang digunakan dalam penelitian ini adalah Perusahaan Makanan dan Minuman dari Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Berdasarkan

data dari Bursa Efek Indonesia (BEI), perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar sebanyak 14 perusahaan. Sedangkan dari hasil penarikan sample dengan cara *purposive sampling* didapat 7 perusahaan makanan dan minuman yang akan diteliti.

Berikut ini gambaran umum 7 perusahaan makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia (BEI) :

1. PT. Akasha Wira Internasional, Tbk (ADES)

PT. Akasha Wira Internasional Tbk (dahulu PT. Ades Waters Indonesia Tbk). ADES didirikan dengan nama PT. Alpindo Putrasetia pada tahun 1985 dan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1986. Kantor pusat ADES berlokasi di Perkantoran Hijau Arkadia, Jl. TB. Simatupang Kav. 88, Jakarta. Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan ADES adalah industri air minum dalam kemasan, industri roti dan kue, kembang gula, makaroni, kosmetik dan perdagangan besar produk-produk kosmetika. Beberapa produk minuman PT. ADES telah diakuisisi oleh Coca-Cola Company dan memiliki beberapa produk minuman, antara lain: 1. Coca-cola, 2. Diet coke, 3. Sprite, 4. Fanta, 5. Schweppes, 6. Frestea, 7. A & W Beer.

2. PT Delta Djakarta, Tbk

PT. Delta Djakarta Tbk pertama kali 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 Oranje Brouwerij. Perusahaan

menggunakan nama PT Delta Djakarta Tbk sejak tahun 1970. Pada tahun 1984, PT Delta menjadi salah satu perusahaan Indonesia pertama yang mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Jakarta (sekarang Bursa Efek Indonesia), mengokohkan statusnya sebagai pemain utama di industri bir dalam negeri. Fokus CSR PT Delta Djakarta, Tbk diwujudkan melalui kegiatankegiatan seperti donor darah, bantuan untuk bencana alam, peningkatan kesehatan masyarakat, pembangunan dan perbaikan infrastruktur, mensponsori kegiatan keagamaan, pengelolaan lingkungan hidup, dan kegiatan sosial lainnya.

3. PT Indofood Sukses Makmur, Tbk

PT Indofood Sukses Makmur Tbk didirikan pada tanggal 14 Agustus 1990 dengan nama PT Panganjaya Intikusuma, berdasarkan Akta Notaris Benny Kristianto, S.H., No. 228. Sebagaimana tercantum pada Pasal 3 Anggaran Dasar Perseroan, ruang lingkup kegiatan usaha perseroan terdiri dari industri penggilingan gandum menjadi tepung terigu yang terintegrasi dengan kegiatan usaha anak perusahaan di bidang industri produk konsumen bermerek, industri agribisnis yang terdiri dari perkebunan dan pengolahan kelapa sawit dan tanaman lainnya serta distribusi. Dalam dua dekade terakhir sejak didirikan pada tahun 1990, Indofood telah bertransformasi menjadi sebuah perusahaan Total Food Solutions dengan kegiatan operasional yang mencakup seluruh tahapan proses produksi makanan, mulai dari produksi dan pengolahan bahan baku hingga menjadi produk akhir yang tersedia di pasar. Kini Indofood dikenal

sebagai perusahaan yang mapan dan terkemuka di setiap kategori bisnisnya.

Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, Indofood memperoleh manfaat dari ketangguhan model bisnisnya yang terdiri dari lima Kelompok Usaha Strategis (Grup) yang saling melengkapi sebagai berikut: Produk Konsumen Bermerek (CBP), Bogasari, Agribisnis, Distribusi, Budidaya & Pengolahan Sayuran. Adapun pelaksanaan CSR PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk beserta anak perusahaannya yaitu PT. Indofood CBP Sukses Makmur, Tbk berfokus pada lima pilar, 1) pembangunan sumber daya manusia melalui program BISMA (Beasiswa Indofood Sukses Makmur), program bantuan dana penelitian bagi 87 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 revitalisasi fungsi sungai serta program untuk mengantisipasi sampah kemasan produk, 5) kegiatan solidaritas kemanusiaan bagi korban bencana yang ada di Indonesia.

4. PT Multi Bintang Indonesia, Tbk

Pertama kali didirikan dengan nama *Nederlandsch-Indische Bierbrouwerijen* di Medan pada tahun 1929. Setelah sekian lama, perusahaan ini bertambah kuat dan menjadi brewer terkemuka di Indonesia saat ini. Sejalan dengan pertumbuhan dan perkembangannya, perusahaan ini berubah nama menjadi Multi Bintang Indonesia ketika sebagian sahamnya dijual untuk umum pada tahun 1981.

Visi: Menjadi perusahaan minuman Indonesia yang memiliki reputasi baik dan bertanggung jawab dengan portofolio merek bir dan minuman ringan terkemuka. Perusahaan juga berkomitmen untuk memberikan pelayanan dan kontribusi terbaiknya melalui program CSR yang meliputi serangkaian program pelestarian lingkungan, dukungan konsumsi yang bertanggung jawab, peningkatan efisiensi penggunaan energi, dukungan terhadap bidang pendidikan, dan peduli komunitas melalui penggalangan dana korban bencana.

5. PT Nippon Indosari Corporindo, Tbk

PT Nippon Indosari Corpindo, Tbk berdiri pada tahun 1995 dan memulai kegiatan pemasarannya pada September 1996. PT Nippon Indosari Corpindo, Tbk adalah sebuah perusahaan roti dengan merek Sari Roti. Perusahaan secara resmi mencatatkan saham di Bursa Efek Indonesia dan menjual kepada publik pada tahun 2010.

Visi :“Menjadi perusahaan roti terbesar di Indonesia dengan menghasilkan dan mendistribusikan produk-produk berkualitas tinggi

dengan harga yang terjangkau bagi rakyat Indonesia.” Misi :“Membantu meningkatkan kualitas hidup bangsa Indonesia dengan memproduksi dan mendistribusikan makanan yang bermutu tinggi, sehat, halal, dan aman bagi pelanggan.”

Fokus 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 (hawker) Sari Roti dengan menyediakan bus gratis menjelang hari raya Idul Fitri.

6. PT. Ultrajaya Milk Industry and Trading Company, Tbk

PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk dirintis dari usaha keluarga sejak tahun 1960. Pada bulan Juli 1990 Perseroan melakukan penawaran perdana saham-sahamnya kepada masyarakat (Initial Public Offering). Dari tahun ke tahun perusahaan terus berkembang, dan saat ini telah menjadi salah satu perusahaan yang terkemuka di bidang industri makanan dan minuman di Indonesia.

Saat ini Perseroan merupakan produsen terbesar di bidang produk susu 92 cair dan terbesar keempat di bidang produk teh siap minum (ready to drink). Kegiatan usaha utama Perseroan, berdasarkan Anggaran Dasar Perseroan yang terakhir, adalah bidang industri makanan dan minuman, dan bidang perdagangan.

Fokus utama CSR perusahaan adalah program-program yang bertemakan kepedulian diantaranya adalah: 1) kepedulian terhadap lingkungan hidup seperti pengelolaan limbah, 2) kepedulian terhadap kenyamanan masyarakat seperti pemberian bantuan sosial, 3) kepedulian terhadap seni dan budaya daerah seperti menjadi sponsor di acara seni dan budaya, 4) kepedulian di bidang kehidupan beragama, 5) kepedulian di bidang pendidikan seperti pemberian beasiswa, sponsor kegiatan pendidikan, dan lain-lain.

7. PT Indofood CBP Sukses Makmur, Tbk

ICBP berdiri sebagai entitas terpisah dari di bulan September 2009 serta tercatat di BEI pada tanggal 07 Oktober 2010. ICBP didirikan melalui restrukturisasi internal dari Grup Produk Konsumen Bermerek (CBP) PT Indofood Sukses Makmur Tbk (Indofood). Melalui proses restrukturisasi internal, seluruh kegiatan usaha grup CBP dari Indofood, yang meliputi mie instan, dairy, makanan ringan, penyedap makanan, nutrisi dan makanan khusus, serta biskuit (sebelum tergabung dalam grup Bogasari) dialihkan ke ICBP.

Dalam menjalankan usahanya, ICBP berusaha mengedepankan visinya untuk menjadi produsen barang-barang konsumsi yang terkemuka. Hal ini disertai dengan misinya untuk senantiasa melakukan inovasi produk yang berkualitas, peningkatan kompetensi karyawan, memberikan kontribusi bagi kesejahteraan masyarakat dan lingkungan secara

berkelanjutan, serta meningkatkan stakeholder's value secara berkesinambungan.

4.1.2 Hasil Analisis Deskriptif

4.1.2.1 Perkembangan Likuiditas

Likuiditas menentukan sejauh mana kemampuan perusahaan merealisasikan non kas menjadi kas. Likuiditas adalah suatu aktiva yang dapat diubah dalam ukuran satuan moneter untuk digunakan sebagai alat pembayaran yang paling lancar karena dapat diterima secara luas sebagai media pertukaran. Likuiditas perusahaan dianggap baik apabila perusahaan mampu memenuhi kewajiban jangka pendeknya tepat waktu karena banyaknya dana yang tersedia bagi perusahaan untuk membiayai kegiatan operasional dan investasinya. Perusahaan yang likuid cenderung menggunakan dana internal dalam kegiatan pendanaannya, (Agus Sartono, 2010).

Hal ini dapat meningkatkan permintaan saham oleh investor sehingga akan meningkatkan harga saham perusahaan. Harga saham yang tinggi merupakan cerminan nilai perusahaan yang tinggi. Jadi, ketika investor melihat tingkat likuiditas yang baik akan memberikan sinyal positif kepada perusahaan. Dengan demikian, likuiditas yang tinggi berarti saham perusahaan banyak diminati investor dan itu akan meningkatkannya nilai perusahaan.

Suatu perusahaan yang mempunyai kekuatan membayar sedemikian besarnya sehingga mampu memenuhi segala kewajiban finansialnya yang harus segera dipenuhi, dikatakan bahwa perusahaan tersebut adalah likuid, dan sebaliknya yang tidak mempunyai kemampuan membayar adalah ilikuid.

Data diambil dari website resmi BEI, www.idx.co.id. Adapun data tabel perkembangan likuiditas adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Data Perkembangan Likuiditas Perusahaan Makanan dan Minuman
2012-2016

Tahun	<i>Current Ratio (CR)</i>	<i>Quick Ratio (QR)</i>
2012	294,60	70,69
2013	242,27	108,99
2014	259,90	164,90
2015	245,98	140,01
2016	218,32	241,01

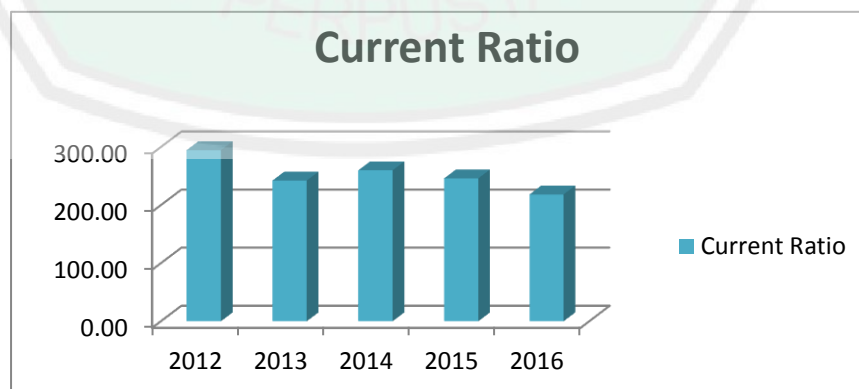
Sumber: www.idx.com , data diolah peneliti

Variabel independen yang pertama dalam penelitian ini adalah profitabilitas yang diproksikan oleh *Current Ratio* dan *Quick Ratio*.

1) *Current Ratio*

Semakin tinggi current ratio ini berarti semakin besar kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansial jangka pendek.

Grafik 4.1
Data Perkembangan Likuiditas Perusahaan Makanan dan Minuman
2012-2016



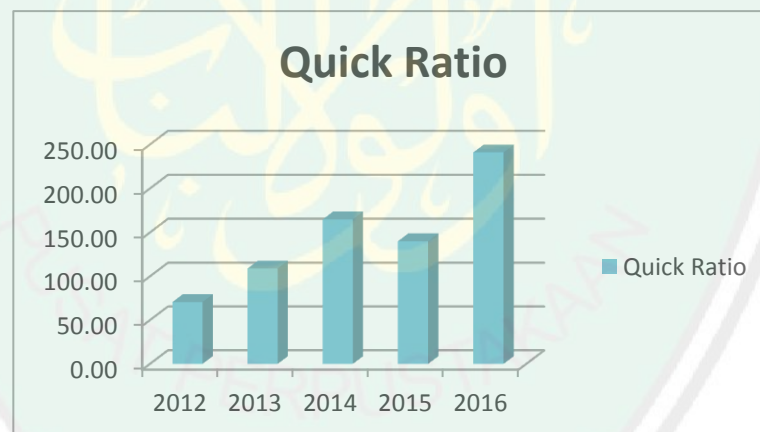
Sumber : Data diolah lampiran 7

Dari Grafik 4.1 perusahaan mengalami perkembangan tingkat likuiditas dari tahun 2012 sampai dengan 2016. Tingkat Current ratio tertinggi terjadi pada tahun 2012, yaitu sebesar 294,60. Sedangkan nilai terendah terjadi pada tahun 2016, yaitu sebesar 218,32.

2) *Quick Ratio*

Rasio ini yang menunjukkan uji cepat kemampuan suatu perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek dengan aktiva lancar tanpa memperhitungkan lagi persediaan yang memerlukan waktu relative lebih lama untuk diuangkan dibanding asset lain.

Grafik 4.2
Data Perkembangan Likuiditas Perusahaan Makanan dan Minuman
2012-2016



Sumber : Data diolah lampiran 7

Berdasarkan grafik, perkembangan tingkat likuiditas dari tahun 2012 sampai 2016 mengalami perubahan yang tidak menentu. Tingkat likuiditas *quick ratio* tertinggi terjadi pada tahun 2016 yaitu 241,01. Dan yang terendah terjadi pada tahun 2012 yaitu sebesar 70,69. Lalu pada tahun *quick ratio* mengalami

peningkatan dari tahun ke tahun, namun pada tahun 2015 menurun dengan nilai 140,01 lalu mengalami peningkatan lagi pada tahun 2016.

Likuiditas perusahaan dianggap baik apabila perusahaan mampu memenuhi kewajiban jangka pendeknya tepat waktu karena banyaknya dana yang tersedia bagi perusahaan untuk membiayai kegiatan operasional dan investasinya. Perusahaan yang likuid cenderung menggunakan dana internal dalam kegiatan pendanaannya, (Agus Sartono, 2010). Suatu perusahaan yang mempunyai kekuatan membayar sedemikian besarnya sehingga mampu memenuhi segala kewajiban finansialnya yang harus segera dipenuhi, dikatakan bahwa perusahaan tersebut adalah likuid, dan sebaliknya yang tidak mempunyai kemampuan membayar adalah ilikuid.

4.1.2.2 Perkembangan Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dalam periode tertentu (Riyanto, 2001). Dimana masing-masing pengukuran profitabilitas dihubungkan dengan penjualan, total aktiva, dan modal sendiri. Rasio profitabilitas merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (profitabilitas) pada tingkat penjualan, aktiva, dan modal. Profitabilitas menunjukkan keuntungan bersih yang dapat dihasilkan oleh perusahaan pada saat menjalankan operasinya. Semakin besar keuntungan bersih yang diperoleh perusahaan, semakin besar kemampuan perusahaan membagi dividen kepada para pemegang saham. Ulupui (2007) menyatakan bahwa nilai perusahaan ditentukan oleh earning power dari asset perusahaan. Hasil positif

menunjukkan bahwa semakin earning power, semakin efisien perputaran asset dan atau semakin tinggi profit margin yang diperoleh perusahaan. Hal ini berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Oleh karena itu, merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Jika investor ingin melihat seberapa besar perusahaan menghasilkan profit atas investasi yang akan mereka tanamkan, yang akan dilihat pertama kali adalah rasio profitabilitas, terutama *Return on Equity*(ROE), karena rasio ini mengukur seberapa efektif perusahaan menghasilkan return bagi para investor. Semakin tinggi rasio ini, maka semakin besar nilai profitabilitas perusahaan, yang pada akhirnya dapat menjadi sinyal positif bagi investor dalam melakukan investasi untuk memperoleh return tertentu. Tingkat profitabilitas yang diperoleh menggambarkan seberapa baik nilai perusahaan di mata investor. Apabila perusahaan berhasil membukukan tingkat keuntungan yang besar, maka hal ini akan memotivasi para investor untuk menanamkan modalnya pada saham, sehingga harga saham dan permintaan akan saham pun akan meningkat. Selain profit yang tinggi memberikan prospek yang baik terhadap perusahaan, profit perusahaan yang tinggi akan memicu investor dalam meningkatkan permintaan saham. Dari permintaan saham yang meningkat ini menyebabkan nilai perusahaan meningkat pula.

Variabel independen yang kedua dalam penelitian ini adalah profitabilitas yang diprosikan oleh *Return on Assets* (ROA) dan *Return on Equity* (ROE).

1) *Return on Assets* (ROA)

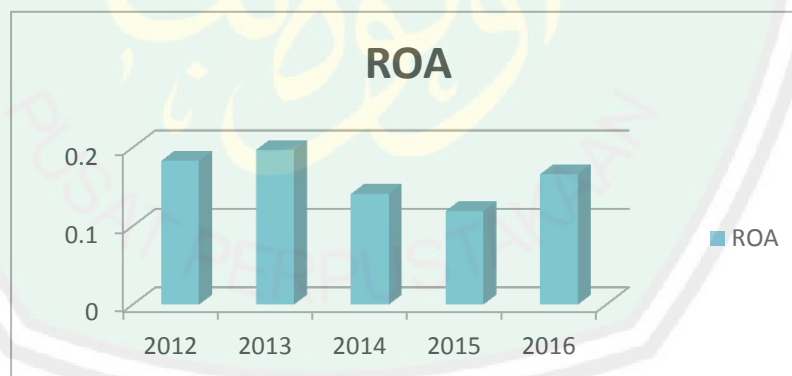
Return on Assets (ROA) menunjukkan kemampuan perusahaan dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba setelah pajak.

Tabel 4.2
Data Perkembangan Profitabilitas Perusahaan Makanan dan Minuman
2012-2016

Tahun	ROA
2012	0,183
2013	0,197
2014	0,141
2015	0,119
2016	0,166

Sumber: www.idx.com, data diolah peneliti

Grafik 4.3
Data Perkembangan Profitabilitas (ROA)
Perusahaan Makanan dan Minuman
2012-2016



Sumber : Data diolah lampiran

2) *Return on Equity (ROE)*

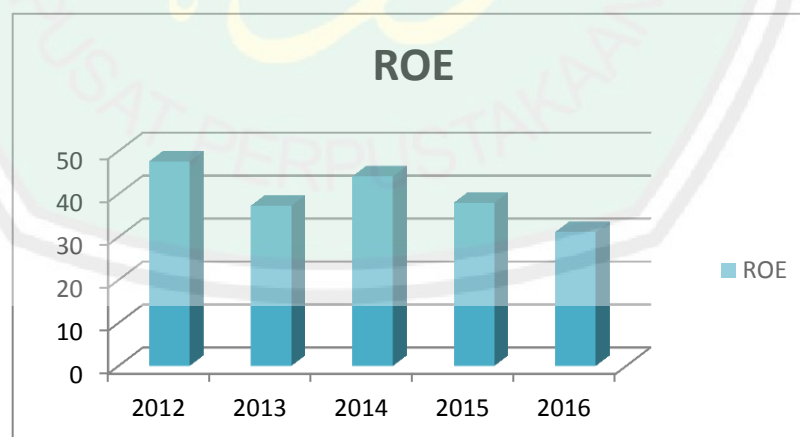
ROE menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba setelah pajak dengan menggunakan modal sendiri yang dimiliki perusahaan

Tabel 4.3
Data Perkembangan Profitabilitas Perusahaan Makanan dan Minuman
2012-2016

Tahun	ROE
2012	47,59
2013	37,27
2014	44,11
2015	37,99
2016	31,15

Sumber: www.idx.com , data diolah peneliti

Grafik 4.4
Data Perkembangan Profitabilitas (ROE)
Perusahaan Makanan dan Minuman
2012-2016



Sumber : Data diolah lampiran 8

Berdasarkan grafik 4.4, perkembangan tingkat profitabilitas *Return Of Equity(ROE)* dari tahun 2012 sampai 2016 mengalami perubahan yang tidak

menentu. Tingkat profitabilitas pada rasio *Return Of Equity* tahun 2012 berjumlah 47,59 sedangkan pada tahun 2013 mengalami penurunan 37,27 dan kemudian mengalami kenaikan 44,11 pada tahun 2014 dan mengalami penurunan kembali pada tahun 2015-2016 sebanyak 31,15.

Ulupui (2007) menyatakan bahwa nilai perusahaan ditentukan oleh earning power dari asset perusahaan. Hasil positif menunjukkan bahwa semakin earning power, semakin efisien perputaran asset dan atau semakin tinggi profit margin yang diperoleh perusahaan. Hal ini berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Oleh karena itu, *Return of Assets* merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

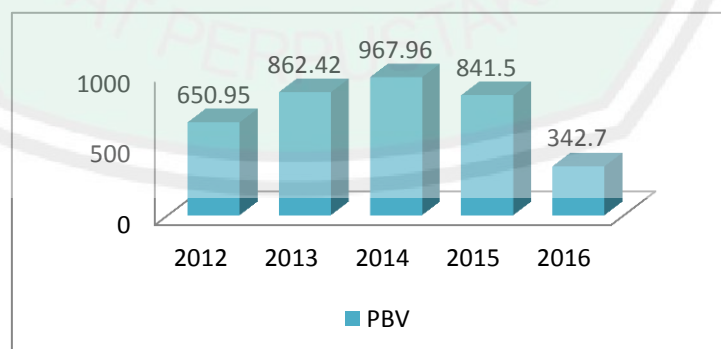
Jika investor ingin melihat seberapa besar perusahaan menghasilkan profit atas investasi yang akan mereka tanamkan, yang akan dilihat pertama kali adalah rasio profitabilitas, terutama *Return of Equity*, karena rasio ini mengukur seberapa efektif perusahaan menghasilkan return bagi para investor. Semakin tinggi rasio ini, maka semakin besar nilai profitabilitas perusahaan, yang pada akhirnya dapat menjadi sinyal positif bagi investor dalam melakukan investasi untuk memperoleh return tertentu. Tingkat profitabilitas yang diperoleh menggambarkan seberapa baik nilai perusahaan di mata investor. Apabila perusahaan berhasil membukukan tingkat keuntungan yang besar, maka hal ini akan memotivasi para investor untuk menanamkan modalnya pada saham, sehingga harga saham dan permintaan akan saham pun akan meningkat. Selain profit yang tinggi memberikan prospek yang baik terhadap perusahaan, profit perusahaan yang tinggi akan memicu investor

dalam meningkatkan permintaan saham. Dari permintaan saham yang meningkat ini menyebabkan nilai perusahaan meningkat pula.

4.1.2.3 Perkembangan Nilai Perusahaan

Variabel Nilai Perusahaan dalam penelitian ini dihitung dengan *Price To Book Value (PBV)*. Semakin besar rasio nilai perusahaan semakin tinggi perusahaan dinilai oleh para pemodal relatif dibandingkan dengan dana yang telah ditanamkan di perusahaan. *Price to book value* yang tinggi akan membuat pasar percaya atas prospek perusahaan kedepan. Hal itu juga yang menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab nilai perusahaan yang tinggi mengindikasikan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Nilai *Price to book value* perusahaan makanan dan minuman di BEI tahun 2012 sampai dengan tahun 2016 mengalami fluktuasi seperti yang tergambar pada grafik di bawah ini.

Grafik 4.5
Data Perkembangan PBV
Perusahaan Makanan dan Minuman 2012-2016



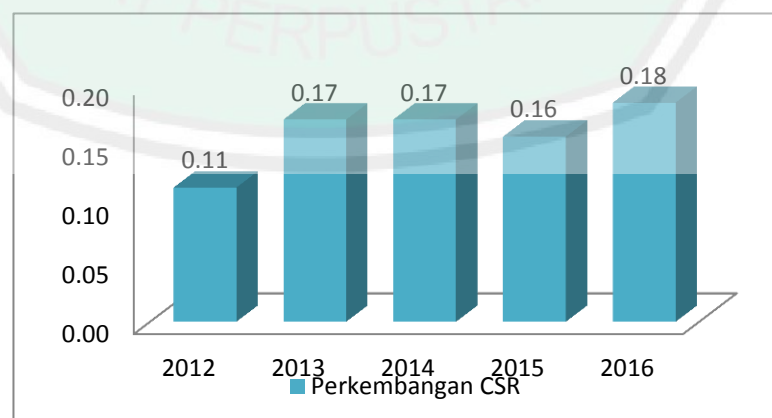
Sumber : Data diolah lampiran 9

Dari grafik 4.5, diketahui bahwa nilai PBV perusahaan makanan dan minuman di BEI tertinggi pada tahun 2014 yaitu sebesar 967,96. Sedangkan nilai PBV yang terendah terjadi nilai PBV perusahaan makanan dan minuman di BEI mengalami fluktuasi, akan tetapi nilainya lebih dari satu dan diatas angka minimal yaitu 200. Hal ini memungkinkan pasar akan merespon perusahaan secara positif.

4.1.2.4 Corporate Social Responsibility (CSR)

Variabel pemoderasi adalah variabel yang mendukung atau melemahkan hubungan variabel independen dengan variabel dependen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel pemoderasi yaitu *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* diukur dengan indeks pengungkapan tanggung jawab sosial menurut GRI G4 (*Global Reporting Initiatives*).

Grafik 4.6
Data Perkembangan Nilai *Corporate Social Responsibility*
Perusahaan Makanan dan Minuman 2012-2016



Sumber: Data diolah

Pada grafik di atas terlihat bahwa rata-rata frekuensi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan yang masuk dalam sub sektor Makanan dan Minuman mengalami pertumbuhan yang fluktuatif akan tetapi nilai tersebut relative sama. Dimana nilai tertinggi terjadi pada tahun 2016 yaitu 0,18 dan nilai terendah ada pada tahun 2012 yaitu sebesar 0,11. Hal ini dikarenakan pada beberapa perusahaan yang pada tahun tersebut belum mengungkapkan item *Corporate Social Responsibility* dan pada tahun berikutnya mengungkapkan item tersebut dan sebaliknya.

4.1.3 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Hasil uji normalitas dengan variabel dependen nilai perusahaan dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 4.4
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		35
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.13526564E2
Most Extreme Differences	Absolute	.182
	Positive	.173
	Negative	-.182
Kolmogorov-Smirnov Z		1.079
Asymp. Sig. (2-tailed)		.195

		Unstandardized Residual
N		35
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.13526564E2
Most Extreme Differences	Absolute	.182
	Positive	.173
	Negative	-.182
Kolmogorov-Smirnov Z		1.079
Asymp. Sig. (2-tailed)		.195

a. Test distribution is Normal.

Berdasarkan hasil output spss pada tabel 4.1 dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini terdistribusi normal, karena nilai signifikasnsi yang lebih besar dari 0,05 yakni 0,195.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah modelregresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau independen. Untuk menguji adanya multikolinieritas dapat dilakukan dengan menganalisis korelasi antar variabel dan perhitungan nilai tolerance serta *Variance Inflation Factor* (VIF). Bila nilai VIF kurang dari 10 dapat digunakan dalam model adalah dapat dipercaya dan objektif dan nilai tolerance lebih dari 0,1 yang berarti tidak terdapat gejala Multikolinieritas.

Tabel 4.5
Hasil Uji Multikolineiritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-90.258	258.763		-.349	.730		
	CR	-.301	.143	-.133	-2.096	.045	.735	1.360
	QR	.013	.028	.027	.469	.642	.873	1.145
	ROA	-284.068	658.200	-.026	-.432	.669	.825	1.212
	ROE	22.546	1.517	.930	14.861	.000	.753	1.328
	CSR	1667.825	1421.329	.080	1.173	.250	.642	1.558

a. Dependent Variable: PBV

Sumber : Data diolah dengan SPSS

Dari tabel coefficients diatas menunjukkan bahwa semua variabel bebas multikolinieritas karena nilai tolerance mendekati 1 dan nilai VIF tidak lebih dari 10

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain

Tabel 4.6
Hasil Uji Heterokedastisitas

Correlations			ABS_RES
Spearman's rho	CR	Correlation Coefficient	.517**
		Sig. (2-tailed)	.001
		N	35
	QR	Correlation Coefficient	.397*
		Sig. (2-tailed)	.018
		N	35
	ROA	Correlation Coefficient	-.455**
		Sig. (2-tailed)	.006
		N	35
	ROE	Correlation Coefficient	.557**
		Sig. (2-tailed)	.001
		N	35
	CSR	Correlation Coefficient	.699**
		Sig. (2-tailed)	.000
		N	35

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Maka dapat disimpulkan tidak terdapat gejala Heteroskedastisitas atau H0 diterima.

4.1.4 Uji Hipotesis

4.1.4.1 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai determinasi ditentukan dengan nilai Adjusted R Square.

Berikut ini merupakan hasil pengujian koefisien determinasi yang telah dilakukan:

Tabel 4.7
Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.956 ^a	.915	.900	447.75853	2.315

a. Predictors: (Constant), CSR, QR, ROA, ROE, CR

b. Dependent Variable: PBV

Terlihat dalam tabel diatas bahwa pada persamaan pertama diketahui nilai Adjusted R Square adalah 0,915, hal tersebut berarti bahwa 91,5% variabel nilai perusahaan yang diprosikan dengan Nilai Perusahaan(PBV) dapat dijelaskan oleh profitabilitas dan likuiditas dan *Corporate Social Responsibility*, dan sisanya yaitu sebesar 8,5 % dijelaskan oleh variabel-variabel yang lain di luar persamaan. Nilai Durbin-Watson berkisar sekitar 2,315 dapat dikatakan tidak terjadi autokorelasi.

4.1.4.2 Uji t-test (Parsial)

Pengujian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara parsial atau sendiri-sendiri terhadap variabel terikat. Berikut ini merupakan hasil pengujian uji-t yang telah dilakukan

Tabel 4.8
Hasil Uji-t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	-90.258	258.763		-.349	.730			
	CR	-.301	.143	-.133	-2.096	.045	.109	-.363	-.114
	QR	.013	.028	.027	.469	.642	.142	.087	.025
	ROA	-284.068	658.200	-.026	-.432	.669	-.247	-.080	-.023
	ROE	22.546	1.517	.930	14.861	.000	.949	.940	.807
	CSR	1667.825	1421.329	.080	1.173	.250	.460	.213	.064

a. Dependent Variable:
PBV

Berdasarkan hasil uji parsial data di atas (table 4.8) dapat disimpulkan bahwa :

- 1) Hipotesis 1a: Likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Pengujian hipotesis pertama bertujuan untuk menguji pengaruh antara likuiditas (*Current Ratio* dan *Quick Ratio*) terhadap nilai perusahaan. Koefisien regresi untuk *Current Ratio* diperoleh sebesar -0,301 dan t hitung -2,096 dengan probabilitas tingkat signifikansi sebesar 0,045 lebih kecil dari tingkat signifikansi yang diharapkan ($0,7\% < 5\%$). Jadi *Current Ratio* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Koefisien regresi untuk *Quick*

Ratiodiperoleh sebesar 0,013 dan *t* hitung sebesar 0,469 dengan probabilitas tingkat signifikansi sebesar 0,642. Jadi *Quick Ratio* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman dan BEI tahun 2012-2016.

2) Hipotesis 1b : Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

Pengujian hipotesis pertama bertujuan untuk menguji pengaruh antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Koefisien regresi untuk *Return on Assets* (ROA) diperoleh sebesar -0,284 dan *t* hitung sebesar -0,432 dengan probabilitas tingkat signifikansi sebesar 0,007 lebih kecil dari tingkat signifikansi yang diharapkan ($0,7\% < 5\%$). Jadi *Return on Assets* (ROA) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Koefisien regresi untuk *Return on Equity* (ROE) diperoleh sebesar 22.546 dan *t* hitung sebesar 14.861 dengan probabilitas tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari tingkat signifikansi yang diharapkan ($0,5\% < 5\%$). Jadi ROE mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman di BEI tahun 2012-2016.

3) Hipotesis 2a : Corporate Social Responsibility dapat memperkuat pengaruh antara likuiditas terhadap nilai perusahaan.

Pengujian hipotesis kedua bertujuan untuk menguji *Corporate Social Responsibility* apakah dapat memoderasi hubungan likuiditas (*Current Ratio* dan *Quick Ratio*) terhadap nilai perusahaan.

Berikut adalah hasil uji moderasi dari variabel likuiditas:

Tabel 4.9
Hasil Uji Moderasi Tahap 1

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-907.034	574.927		-1.578	.125
	CR	-.345	.402	-.152	-.857	.398
	QR	.092	.077	.193	1.188	.244
	CSR	11028.852	3593.908	.526	3.069	.004

a. Dependent Variable: PBV

Tabel 4.10
Uji Moderasi Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-887.497	626.199		-1.417	.167
	CR	-.259	1.072	-.114	-.241	.811
	QR	.169	.892	.355	.190	.851
	CSR	10954.312	3752.429	.522	2.919	.007
	LikuiditasxCSR	-.370	4.259	-.176	-.087	.931

a. Dependent Variable: PBV

Dari hasil output SPSS di atas menunjukkan bahwa pengaruh likuiditas (*Current Ratio dan Quick Ratio*) terhadap nilai perusahaan pada output pertama (tabel 4.9) hasil signifikansinya kurang dari 0,05. Dan pada output kedua (tabel 4.10) pengaruh moderasi hasil signifikansinya juga kurang dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel skor peneringkatan *Corporate Social Responsibility* mampu memperkuat hubungan likuiditas terhadap nilai perusahaan.

4) Hipotesis 2b : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan

memperkuat hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Pengujian hipotesis keempat bertujuan untuk menguji skor pemeringkatan *Corporate Social Responsibility* apakah dapat memoderasi hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Pengaruh variabel profitabilitas (*Return on Assets (ROA) dan Return on Equity (ROE)*) terhadap nilai perusahaan dengan skor pemeringkatan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel pemoderasi.

Berikut hasil uji moderasi dari variabel profitabilitas :

Tabel 4.11

Hasil Uji Moderasi Tahap 2

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-63.402	267.038		-.237	.814
	ROA	-.105	661.512	.000	.000	1.000
	ROE	22.668	1.550	.935	14.627	.000
	CSR	664.543	1371.687	.032	.484	.631

a. Dependent Variable: PBV

Tabel 4.12
Uji Moderasi Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	34.794	249.922		.139	.890
	ROA	37.599	611.643	.003	.061	.951
	ROE	-15.273	15.204	-.630	-1.005	.323
	CSR	-131.419	1307.056	-.006	-.101	.921
	ProvitabilitasxCSR	176.421	70.382	1.588	2.507	.018

a. Dependent Variable: PBV

Dari hasil output SPSS di atas menunjukkan bahwa pengaruh profitabilitas (*Return on Assets (ROA)* dan *Return on Equity (ROE)*) terhadap nilai perusahaan pada output pertama (tabel 4.11) hasil signifikansinya diatas dari 0,05. Dan pada output kedua (tabel 4.12) pengaruh moderasi (profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility*) hasil signifikansinya lebih dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel skor pemeringkatan *Corporate Social Responsibility* mampu memperkuat hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

b. Pembahasan

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data laporan tahunan perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang listed di BEI pada tahun 2012 sampai dengan tahun 2016. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh likuiditas (*Current Ratio* dan *Quick Ratio*) terhadap nilai perusahaan, profitabilitas (*Return on Asset* dan *Return on Equity*) terhadap nilai perusahaan, untuk mengetahui, untuk mengetahui

pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan, dan untuk mengetahui apakah variabel *Corporate Social Responsibility* mampu memoderasi hubungan likuiditas dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

4.2.1 Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan

Variabel Likuiditas diprosikan dengan *Current Ratio* dan *Quick Ratio*. Dalam penelitian ini rasio yang dipilih sebagai proksi untuk mengukur likuiditas adalah Rasio Lancar (*Current ratio*) dan *Cash Ratio (CR)* karena berdasarkan hasil penelitian penelitian sebelumnya yang paling sering digunakan untuk mengukur likuiditas perusahaan adalah dengan menggunakan Rasio lancar dan *Cash Ratio*. Likuiditas sangat berhubungan dengan nilai perusahaan, semakin tinggi likuiditas perusahaan, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Artinya likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Perusahaan dianggap baik apabila perusahaan mampu memenuhi kewajiban jangka pendeknya tepat waktu karena banyaknya dana yang tersedia bagi perusahaan untuk membiayai kegiatan operasional dan investasinya. Perusahaan yang likuid cenderung menggunakan dana internal dalam kegiatan pendanaannya, (Agus Sartono, 2010). Suatu perusahaan yang mempunyai kekuatan membayar sedemikian besarnya sehingga mampu memenuhi segala kewajiban finansialnya yang harus segera dipenuhi, dikatakan bahwa perusahaan tersebut adalah likuid, dan sebaliknya yang tidak mempunyai kemampuan membayar adalah ilikuid.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan masing-masing proksi dari likuiditas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan perusahaan makanan dan minuman periode 2012-2016, atau dengan kata lain semakin besar

Current Ratio dan Quick Ratio maka semakin meningkatkan Nilai Perusahaan. Hasil ini dikuatkan penelitian terdahulu oleh Maiyarni (2014) diungkapkan hubungan antara likuiditas terhadap nilai perusahaan sebagai berikut :Likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian oleh Aristanti (2015) juga menguatkan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Likuiditas dalam Islam menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menyelesaikan kewajiban jangka pendeknya. Hal ini dapat dihitung melalui sumber informasi yaitu pos-pos aktiva lancar dan utang. (Sawir, 2004:8). Sedangkan dalam islam hutang merupakan Qardh, artinya harta, yakni harta yang memiliki kesepadanan yang diberikan untuk ditagih kembali dengan nilai yang sepadan.

Allah telah menjelaskan pada surat Al-Baqarah ayat 282 untuk mencatat apa yang telah menjadi hutang agar tidak ada kesalahan dalam pembayaran dikemudian hari.

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اِذَا تَدٰۤاَيْتُمْ بَدِيْنَ اِلَىٰ اَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوْهُ وَلْيَكْتُب بِيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْب كَاتِبٌ اَنْ يَّكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللّٰهُ فَلْيَكْتُبْ وَلْيَمْلِكِ الَّذِيْ عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللّٰهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسْ مِنْهُ شَيْۤا فَاِنْ كَانَ الَّذِيْ عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيْهًا اَوْ ضَعِيْفًا اَوْ لَا يَسْتَطِيْعُ اَنْ يُّمِلَّ هُوَ فَلْيَمْلِكْ وَلِيْهُ بِالْعَدْلِ وَاَسْتَشْهَدُوْا شٰهِيْدَيْنِ مِنْ رِّجَالِكُمْ اِنْ لَّمْ يَكُوْنَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ وَاَمْرَاَتَانِ مِمَّنْ تَرْضَوْنَ مِنَ الشّٰهَدٰۤاِ اِنْ تَضَلَّ اِحْدَاهُمَا فَتَذَكَّرْ اِحْدَاهُمَا الْاٰخَرٰى وَلَا يَأْب الشّٰهَدٰۤاُ اِذَا مَا دُعُوْا وَلَا تَسْمُوْا اَنْ تَكْتُبُوْهُ صَغِيْرًا اَوْ كَبِيْرًا اِلَىٰ اَجَلٍ ذٰلِكُمْ اَقْسَطُ عِنْدَ اللّٰهِ وَاَقْوَمٌ لِلشّٰهَدَةِ وَاَدْنٰى اِلَّا تَرَ تَابُوْا اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ تَجْرَةً حٰضِرَةً تَدِيْرُوْنَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ اِلَّا تَكْتُبُوْهَا وَاَسْتَشْهَدُوْا اِذَا تَبٰۤاَعْتُمْ وَلَا يُضَارَّ كَاتِبٌ وَلَا شٰهِيْدٌ وَاِنْ تَفَعَّلُوْا فَاِنَّهُ فُسُوْقٌ بِكُمْ وَاَنْفُوْا اللّٰهُ وَيَعْلَمُكُمْ اللّٰهُ وَاللّٰهُ بِكُلِّ شَيْۤءٍ عَلِيْمٌ ۙ ۲۸۲

Artinya :

“Hai orang - orang yang beriman, kalau kalian berhutang piutang dengan janji yang ditetapkan waktunya, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya, maka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berhutang itu mengimlakkan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikitpun daripada hutangnya”

Piutang dalam Islam adalah memberikan sesuatu yang menjadi hak milik pemberi pinjaman kepada peminjam dengan pengembalian di kemudian hari sesuai perjanjian dengan jumlah yang sama. Dengan kata lain, semakin tinggi likuiditas perusahaan (yang salah satunya tercermin dalam rasio kas atas aktiva lancar), semakin banyak dana tersedia bagi perusahaan untuk membayar dividen, membiayai operasi dan investasinya, sehingga persepsi investor pada kinerja perusahaan akan meningkat. Harga saham diduga akan meningkat pula dan *PBV* atau nilai perusahaan akan terpengaruh secara menguntungkan.

4.2.2 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Variabel profitabilitas dalam penelitian ini diproksikan oleh *Return on Assets* (ROA) dan *Return on Equity* (ROE). Hasil dari penelitian ini menunjukkan masing-masing proksi dari profitabilitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan perusahaan makanan dan minuman di BEI tahun 2012-2016, atau dengan kata lain semakin besar *Return on Assets* dan *Return on Equity*, maka semakin meningkatkan Nilai Perusahaan. Sudana (2009:9) mengatakan bahwa besar kecilnya laba dari suatu perusahaan akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang bersangkutan.

Jadi hipotesis 1b dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, diterima. Penelitian ini

sejalan dengan Hasna (2014) dan Septia (2015) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. *Return on Assets* (ROA) menunjukkan kemampuan perusahaan dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba setelah pajak.

Semakin besar *Return on Assets*(ROA), berarti semakin efisien penggunaan aktiva perusahaan atau dengan kata lain dengan jumlah aktiva yang sama bisa dihasilkan laba yang lebih besar, dan sebaliknya (Sudana, 2009: 26). Meskipun *Return on Assets*(ROA) perusahaan makanan dan minuman tahun 2012 sampai 2015 mengalami fluktuasi akan tetapi nilai dari *Return on Asset*tersebut tidak ada yang negatif. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan mampu menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba setelah pajak secara efektif.

Return on Equity (ROE) digunakan mengukur keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan laba bagi para pemegang saham, sehingga dianggap sebagai representasi dari kekayaan pemegang saham atau nilai perusahaan (Mardiyanto, 2008: 63). Semakin tinggi rasio ini berarti semakin efisien penggunaan modal sendiri yang dilakukan pihak manajemen perusahaan (Sudana, 2009: 26). *Return on Equity*perusahaan makanan dan minuman tahun 2012 sampai dengan tahun 2016 tidak ada yang negatif, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan mampu menggunakan modal sendiri untuk menghasilkan laba perusahaan secara efektif.

Profitabilitas yang tinggi akan memberikan sinyal positif bagi investor bahwa perusahaan menghasilkan dalam kondisi yang menguntungkan. Hal ini

menjadi daya tarik investor untuk memiliki saham perusahaan. Permintaan saham yang tinggi akan membuat para investor menghargai nilai saham lebih besar dari pada nilai yang tercatat pada neraca perusahaan, dengan demikian maka profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Ayat berikut menjelaskan bagaimana pandangan Islam mengenai pengambilan laba :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبِطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۚ ٢٩

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (QS. An Nisa' :29)

Dalil di atas menunjukkan bolehnya mencari laba dengan aktivitas jual beli. Bolehnya mencari laba berdasarkan ayat di atas bersifat mutlak, dari segi berapa besarnya laba. Artinya tidak ada batasan laba maksimal yang ditetapkan syariah. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba semakin tinggi, sehingga investor bereaksi positif terhadap harga saham dan akan menaikkan nilai perusahaan di mata investor.

4.2.3 Pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel pemoderasi

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa variabel skor pemeringkatan *Corporate Social Responsibility* mampu memoderasi hubungan likuiditas terhadap nilai perusahaan, yaitu memperkuat hubungan likuiditas terhadap nilai perusahaan. Maka hipotesis 2a yaitu *Corporate Social Responsibility* mampu

memoderasi, yaitu memperkuat hubungan likuiditas terhadap nilai perusahaan, diterima.

Corporate Social Responsibility dapat diartikan sebagai seperangkat sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan untuk menciptakan nilai tambah (*value added*) bagi para pemangku kepentingan (Effendi, 2009:2). Apabila perusahaan menerapkan *Corporate Social Responsibility*, maka tata kelola perusahaan tersebut akan baik. Dan apabila tata kelola perusahaan baik, maka perusahaan tersebut mampu menjalankan aktivitas operasionalnya dengan baik pula. Jika aktivitas operasional perusahaan berjalan dengan baik, maka perusahaan tersebut mampu menghasilkan kinerja keuangan yang baik, misalnya mampu menghasilkan profit yang diharapkan atau bahkan lebih serta mampu mengelola utangnya dengan baik. Suatu perusahaan yang mempunyai kekuatan membayar sedemikian besarnya sehingga mampu memenuhi segala kewajiban finansialnya yang harus segera dipenuhi, dikatakan bahwa perusahaan tersebut adalah likuid, dan sebaliknya yang tidak mempunyai kemampuan membayar adalah ilikuid.

Dan hasil dari itu semua yaitu nilai perusahaan akan meningkat. Dalam konteks ini, maka *Corporate Social Responsibility* dalam perspektif Islam adalah praktik bisnis yang memiliki tanggung jawab etis secara islami. Perusahaan memasukan norma-norma agama islam yang ditandai dengan adanya komitmen ketulusan dalam menjaga kontrak sosial di dalam operasinya. Dengan demikian, praktik bisnis dalam kerangka *Corporate Social Responsibility* Islami mencakup serangkaian kegiatan bisnis dalam bentuknya. Meskipun tidak dibatasi jumlah

kepemilikan barang, jasa serta profitnya, namun cara-cara untuk memperoleh dan pelayanannya dibatasi oleh aturan halal dan haram oleh syariah (Suharto,2010). Seperti yang dicantumkan pada surat Al Baqarah ayat 177 :

﴿لَيْسَ الْبِرَّ أَنْ تُوَلُّوا وُجُوهَكُمْ قِبَلَ الْمَشْرِقِ وَالْمَغْرِبِ وَلَكِنَّ الْبِرَّ مَنْ
 ءَامَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَالْمَلَائِكَةِ وَالْكِتَابِ وَالنَّبِيِّينَ وَءَاتَى الْمَالَ عَلَى حُبِّهِ
 ذَوِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَابْنَ السَّبِيلِ وَالسَّائِلِينَ وَفِي الرِّقَابِ وَأَقَامَ
 الصَّلَاةَ وَءَاتَى الزَّكَاةَ وَالْمُوفُونَ بِعَهْدِهِمْ إِذَا عَاهَدُوا وَالصَّابِرِينَ فِي
 الْبَأْسَاءِ وَالضَّرَّاءِ وَحِينَ الْبَأْسِ أُولَئِكَ الَّذِينَ صَدَقُوا وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُتَّقُونَ

١٧٧

“Bukanlah menghadapkan wajahmu ke arah timur dan barat itu suatu kebajikan, akan tetapi sesungguhnya kebajikan itu ialah beriman kepada Allah, hari kemudian, malaikat-malaikat, kitab-kitab, nabi-nabi dan memberikan harta yang dicintainya kepada kerabatnya, anak-anak yatim, orang-orang miskin, musafir (yang memerlukan pertolongan) dan orang-orang yang meminta-minta; dan (memerdekakan) hamba sahaya, mendirikan shalat, dan menunaikan zakat; dan orang-orang yang menepati janjinya apabila ia berjanji, dan orang-orang yang sabar dalam kesempitan, penderitaan dan dalam peperangan. Mereka itulah orang-orang yang benar (imannya); dan mereka itulah orang-orang yang bertakwa”

Kesimpulan pada ayat diatas adalah walaupun tidak ada batasan untuk memperoleh piutang dan utang tersebut namun cara-cara pembayaran utang tersebut harus sesuai dengan perjanjian di awal dan sesuai dengan nominalnya. Jika aktivitas perusahaan dapat melakukan *Corporate Social Responsibility* dan berjalan dengan baik, maka perusahaan tersebut mampu menghasilkan kinerja keuangan yang baik, misalnya mampu mampu mengembalikan hutang piutangnya secara bertahap atau lebih dari yang diharapkan dan mampu mengelola utangnya dengan baik maka otomatis nilai perusahaan akan tinggi

dan mampu menarik para investor untuk menanamkan sahamnya di perusahaan tersebut.

4.2.4 Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel pemoderasi

Variabel profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini sejalan dengan Hasna (2014) dan Septia (2015) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. *Return on Assets* (ROA) menunjukkan kemampuan perusahaan dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba setelah pajak. Semakin besar *Return on Assets* dan *Return on Equity*, berarti semakin efisien penggunaan aktiva perusahaan atau dengan kata lain dengan jumlah aktiva yang sama bisa dihasilkan laba yang lebih besar, dan sebaliknya (Sudana, 2009: 26). Meskipun *Return on Assets* perusahaan makanan dan minuman tahun 2012 sampai 2015 mengalami fluktuasi akan tetapi nilai dari *Return on Asset* tersebut tidak ada yang negatif. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan mampu menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba setelah pajak secara efektif.

Pelaksanaan komitmen *Corporate Social Responsibility* perusahaan demi pemenuhan target pembangunan berkelanjutan seperti isu lingkungan hidup, hak asasi manusia, praktik ketenagakerjaan, perlindungan konsumen, tata kelola perusahaan, praktik operasional yang adil, dan pengembangan masyarakat akan meningkatkan profitabilitas dan nilai perusahaan juga. Dan bila ditilik lebih lanjut, sebenarnya prinsip-prinsip tersebut merupakan representasi berbagai komitmen yang dapat bersinergi dengan pengamalan prinsip kehidupan Islami

(Sampurna,2007).*Responsibility* akan meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan meningkat

Menurut penelitian Tristiarini (2014) pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* merupakan strategi perusahaan dalam menciptakan kesan yang dapat meningkatkan reputasi dan citra perusahaan sehingga dapat direspon positif oleh investor yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini karena investor mengapresiasi praktik *Corporate Social Responsibility* dan melihat aktivitas *Corporate Social Responsibility* sebagai rujukan untuk menilai keberlanjutan suatu perusahaan. Para konsumen akan lebih mengapresiasi perusahaan yang mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* dibandingkan dengan perusahaan yang tidak mengungkapkan *Corporate Social Responsibility*. Hal ini tentunya berdampak positif terhadap penjualan perusahaan sehingga akan meningkatkan laba atau profitabilitas perusahaan.

Dalam perkembangannya ada paradigma baru Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, di mana *Corporate Social Responsibility* dimaknai sebagai konsep bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, masyarakat dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. *Corporate Social Responsibility* sendiri merupakan konsep manajemen yang dianjurkan dalam Islam, sebagaimana dalam Q.S Al Imron ayat 104:

وَلَتَكُنَّ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ
الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya: “Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar[217]; merekalah orang-orang yang beruntung.”

Maksud dari dalil tersebut adalah, dalam aktivitas dunia bisnis, Islam mengharuskan berbuat adil yang diarahkan kepada hak orang lain, hak lingkungan sosial dan hak alam semesta. Jadi keseimbangan alam dan keseimbangan sosial harus tetap terjaga bersamaan dengan operasional usaha bisnis.



BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada Bab IV dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel likuiditas dalam penelitian ini diwakili oleh *Current Ratio (CR)* dan *Quick Ratio (QR)* Hasil dari penelitian ini menunjukkan masing-masing variabel dari likuiditas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Likuiditas yang tinggi akan memberikan sinyal positif bagi investor bahwa perusahaan menghasilkan dalam kondisi yang menguntungkan sehingga nilai perusahaan pun tinggi.
2. Variabel *Profitabilitas* dalam penelitian ini diwakili oleh pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi profitabilitas maka semakin tinggi pula nilai perusahaan.
3. Variabel skor pemerinkatan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dalam penelitian ini dianggap sebagai variabel pemoderasi. Dan hasil dari penelitian menunjukan likuidiyas terhadap nilai perusahaan, yang pengaruhnya yaitu memperkuat hubungan likuiditas. Jika perusahaan semakin likuid maka nilai perusaahaan naik Jika aktivitas operasional perusahaan berjalan dengan baik, maka perusahaan tersebut mampu menghasilkan kinerja keuangan yang baik, misalnya mampu mampu membayar hutang perusahaan tepat waktu dan mengelola utangnya dengan baik. Dan hasil dari itu semua yaitu nilai perusahaan akan meningkat.

4. Variabel skor pemeringkatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam penelitian ini diposisikan sebagai variabel pemoderasi. Dan hasil dari penelitian menunjukkan bahwa variabel skor pemeringkatan *Corporate Social Responsibility* mempengaruhi hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan, yang pengaruhnya yaitu memperkuat hubungan profitabilitas. Jika aktivitas operasional perusahaan berjalan dengan baik, maka perusahaan tersebut mampu menghasilkan kinerja keuangan yang baik, misalnya mampu menghasilkan profit yang diharapkan atau bahkan lebih serta mampu mengelola utangnya dengan baik. Dan hasil dari itu semua yaitu nilai perusahaan akan meningkat.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya dapat ditarik beberapa saran sebagai berikut.

- 1) Bagi investor, hendaknya mengumpulkan informasi mengenai profitabilitas, likuiditas, dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) karena variabel-variabel tersebut perlu mendapat perhatian. Dalam hal ini investor harus menanamkan sahamnya pada perusahaan yang tepat. Para investor pun diharapkan sebelum memilih saham yang akan dibelinya terlebih dahulu mengetahui dan menganalisis kondisi keuangan perusahaan tersebut, terutama menilai pos-pos keuangan yang memungkinkan akan mempengaruhi pergerakan harga saham seperti seberapa besar dividen yang akan dibagikan, investasi yang dijalankan

oleh perusahaan tersebut, dan tingkat profitabilitas yang diperoleh perusahaan tersebut.

- 2) Perusahaan makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia diharapkan lebih memaksimalkan lagi upaya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.
- 3) Bagi peneliti selanjutnya, akan lebih baik jika dalam penelitiannya menambah jumlah sampel penelitian dan menambah rasio keuangan dari profitabilitas dan likuiditas.



DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Al Karim Terjemahan.

Abdul, Halim.2005. Analisis Investasi. Edisi Kedua. Jakarta : Salemba Empat

Ademola B. Owolabi. (2012). Effect of Organizational Justice and Organizational Environment on Turn-Over Intention of Health Workers in Ekiti State, Nigeria. *Journal of Research in World Economy*, Maret, Vol. 3, No. 1 (Proquest)

Adisasmita, Rahardjo. 2013. *Teori-Teori Pembangunan Ekonomi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Adji, Pricilia dan, Hartono. 2013. "Pengaruh Retail Mix Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa UK Petra di Circle K. Siwalankerto Surabaya". *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol. 1, No.2.

Agus, R. Sartono. 2010. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi. Edisi Keempat*. Yogyakarta: BPFE

Alfredo Mahendra. 2012. *Pengaruh Kinerja Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia*. Skripsi

Aldiyanti, Listi. 2006. "Faktor-Faktor Penentu Likuiditas Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Jakarta Tahun 2000-2004", *Skripsi*, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.

Amanda, Astrid DarmintodanAchmadHusaini. 2012. *Pengaruh Debt to equity ratio, Return on equity, Earning per share, danPrice earning ratio Terhadap Harga Saham(Studi pada Perusahaan Food and Beverages yang Terdaftar di BEI Tahun 2008-2011)*. *Jurnal*. Universitas Brawijaya.

Analisa, Yangs (2011). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan*. Skripsi Universitas Diponegoro Semarang 2011

Anugrah, Devi , 2015. Inovasi Pendidikan Dasar. *The Jurnal of Inovasion Elementary Education* Vol 1 No 1

Aristantia, Dwi dan Putra. 2015. *Investment Opportunity Set Dan Free Cash Flow Pada Tingkat Pembayaran Dividen Perusahaan Manufaktur*. Universitas Udayana. ISSN: 2303-1018.

- Assih, Prihat, Hastuti Ambar Woro, dan Parawiyati. "Pengaruh Manajemen Laba pada Nilai dan Kinerja Perusahaan." *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesi* vol.2 no.2 (2005).
- Ayuningtias, Dwi., Kurnia. 2013. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan: Kebijakan Dividen dan Kesempatan Investasi Sebagai Variabel Antara. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* Volume 1 Nomor 1, Januari 2013
- Ayu Trisna dan Ida Bagus, Moderasi Corporate Social Responsibility Terhadap Pengaruh Kinerja Keuangan Pada Nilai Perusahaan, *E-jurnal Universitas Udayana Bali* 8.2, 2014, h.137.
- Brigham, Eugene F and Joel F.Houston, 2006. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*, alih bahasa Ali Akbar Yulianto, Buku satu, Edisi sepuluh, PT. Salemba Empat, Jakarta.
- Cheng, M., dan Christiawan, Y.J. 2011. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Abnormal Return. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 13 (1):24-26.
- Dahlia, D. dan Siregar. 2008. *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia)*. Skripsi. Program S1 Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Semarang.
- Djakfar, Muhammad. 2007. *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. Malang: UIN Malang Press.
- Fahmi, Irham. 2012. "Analisis Kinerja Keuangan". Bandung: Alfabeta
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Cetakan IV*. Semarang: Badan Penerbitan Universitas Diponegoro
- Gray dkk. (2011). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Harjito, A dan Martono. 2002. *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta.
- Hermuningsih, Sri. 2013. *Pengaruh Profitabilitas, Growth Opportunity, Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Publik Di Indonesia*. Yogyakarta: University of Sarjanawiyata Taman siswa Yogyakarta
- Husein, Umar. 2008. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta. PT Rajagrafindo Persada

- Iqbal, Muhammad. 2011. *Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Untuk Mengikuti Pendidikan PPAK: Studi Kasus Pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Diponegoro Semarang*. Skripsi. Semarang: Program Strata 1 Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro
- James C, Van Horne dan John M. Wachowicz. 2005. *Prinsip-prinsip Manajemen Keuangan*. Edisi kedua belas. Jakarta: Salemba Empat.
- Jogiyanto, H.M. (2000). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Edisi Kedua. BPFE.Yogyakarta.
- Jogiyanto H.M. 2004. *Teori dan Aplikasi Komputer*. Andi Offet. Yogyakarta
- Jogiyanto Hartono, 2013. “*Teori Portofolio dan Analisis Investasi*”, BPFE Yogyakarta, Edisi Kedelapan, Yogyakarta
- Kasmir.(2012). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers
- Kusumajaya. 2011. *Jurnal Akuntansi* : ‘Pengaruh Struktur Modal & Pertumbuhan Perusahaan terhadap Profitabilitas & Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur diBursa Efek Indonesia’
- Margaretha, Farah. 2014. *Teori Dan Aplikasi Manajemen Keuangan Investasi dan Sumber Dana Jangka Pendek*. Jakarta: Grasindo Gramedia Widiasarana Indonesia
- Mahdaleta, Ela., Muda, Iskandar., Gusnardi Muhammad Nasir. (2016). Effects of Capital Structure and Profitability on Corporate Value with Company Size as the Moderating Variable of Manufacturing Companies Listed on Indonesia Stock Exchange. *Academic Journal of Economic Studies*, 2 (3), 30-43.
- Maiyarni, Reka., Susfayetti dan Misni Erwati. 2014. Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Likkuiditas dan Leverage terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada Perusahaan LQ-45 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2012. ISSN: 1979-4851. *Jurnal Cakrawala Akuntansi*. Volume 6.Nomor 1. Halaman: 79-94.
- Masiyah Kholmi, dan Yuningsih. 2009. *Akuntansi Biaya* Edisi Revisi, UMM Press, Malang
- Michalski, F.. 2010. Rural Property Size Drives Pattern of Upland and Riparian Forest Retention. *Global Environmental Change Journal*. 20:705-712.

- Nurhayati, M. (2013). Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Pengaruhnya Terhadap Kebijakan Dividen dan Nilai Perusahaan Sektor Non Jasa. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, Vol. 5, No. 2.
- Pasadena, Rizka (2013) *Pengaruh Likuiditas, Leverage, Profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap kebijakan dividen pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI*.
- Prapaska, Johan Ruth Dan Siti Mutmainah. 2012. "Analisis Pengaruh Tingkat Profitabilitas, Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, Dan Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Di Bei Tahun 2009-2010". *Diponegoro Jurnal of Accounting*. Vol. 1, No. 1, Hal 1- 12
- Purwaningsih .(2014). Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Nonmanufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia". *Jurnal Modus* .Vol.26 (1): 33-50).
- Priadana, Moh. Sidik & Saludin Muis.(2009). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Qardhawi, Yusuf 1998, *Hukum Zakat. (Terjemah)*, Jakarta: PT. Pustaka Litera Antarnusa.
- Riyanto, Bambang. (2001). *Dasar-Dasar Pembelanjaan Negara*. Yogyakarta: BPF.
- Rosiana, Gusti Ayu Made Eryna, Dkk. 2013. Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Akuntansi*, Universitas Udayana, Bali.
- S. Munawir. 2004. *Analisis Laporan Keuangan, Edisi Ke-4, Liberty, Yogyakarta. Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI)*. 2004. Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK). Jakarta: Salemba Empat
- Saputra, Kurnia Adi dan Astika, Ida Bagus Putra. 2013. Pengaruh Informasi Laba Akuntansi dan Informasi Corporate Social Responsibility pada Return Saham. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 3.2 (2013): 405-420.
- Sembiring, 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung jawab Sosial: Studi Empiris pada Perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta. *Paper Presented at the Seminar Nasional Akuntansi*, Solo.
- Sudana, I Made. 2009. *Manajemen Keuangan :Teori dan Praktek*. Surabaya : Airlangga University.

- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suharto, Edi. (2010). *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*. Bandung: Alfabeta
- Suhendi, Hendi. (2013). *Fiqih Muamalah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sujoko dan Ugy Soebiantoro. 2007. Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham, Leverage, Faktor Interen dan Faktor Eksteren terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol 9, No. 1.
- Sundjaja Ridwan S. dan Inge Barlian. 2002. *Manajemen Keuangan 1*, Edisi kelima. Jakarta: Literata Lintas Media
- Susanti, Meri, dan Eko Budi Santosa. 2011. *Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responcibility sebagai Variabel Moderasi*. *Kajian Akuntansi*, Vol.6, No.2, Desember 2011.
- Tony Wijaya, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, Yogyakarta, Graha Ilmu, 2013
- Utama, Yayak Ardi Pranata (2016). Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Pemoderasi, *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 5 (3): 1-18.
- Yusuf Wibisono, 2007, *Membedah Konsep & Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)*, PT Gramedia, Jakarta.
- <http://www.bapepam.go.id>
- www.finance.detik.com
- www.kompas.com
- <http://www.bi.go.id/id/tentang-bi>
- <http://www.sahamok.com/bei/jii/>
- www.globalreporting.org diakses 1 Agustus 2017
- www.idx.co.id

LAMPIRAN



Lampiran 1

Daftar Total Asset**Perusahaan Manufaktur Industri Makanan dan Minuman****Periode 2012-2016**

No.	KODE	2012	2013	2014	2015	2016
1	ADES	389.094	441.064	502.990	653.224	767.479
2	DLTA	1.074.691	1.190.054	1.241.240	1.376.278	1.197.797
3	INDF	59.389.405	78.092.789	86.077.251	91.831.526	82.174.515
4	MLBI	1.152.048	1.782.148	2.231.051	2.100.853	2.275.038
5	ROTI	1.204.945	1.822.689	2.142.894	2.706.324	2.919.641
6	ULTJ	2.420.793	2.811.621	2.918.133	3.539.996	4.329.200
7	ICBP	17.819.884	21.467.270	24.910.211	26.560.624	28.901.948

Lampiran 2

Daftar *Current Assets* (Harta Lancar)**Perusahaan Manufaktur Industri Makanan dan Minuman**

Periode 2012-2016

No.	KODE	2012	2013	2014	2015	2016
1	ADES	191.489	196.775	240.896	276.323	319.614
2	DLTA	589.351	727.554	412.333	902.007	1.048.133
3	INDF	26.235.990	32.772.095	41.014.127	42.816.745	28.985.443
4	MLBI	462.471	706.252	816.494	709.955	901.258
5	ROTI	219.818	363.881	420.316	812.991	949.414
6	ULTJ	1.196.427	1.565.511	1.642.102	2.103.565	2.874.829
7	ICBP	9.922.662	11.321.715	13.621.918	13.961.500	15.571.362

Lampiran 3

Daftar *Current Liability* (Utang Lancar)
Perusahaan Manufaktur Industri Makanan dan Minuman
Periode 2012-2016

No.	KODE	2012	2013	2014	2015	2016
1	ADES	98.624	157.091	156.900	199.364	195.466
2	DLTA	119.920	159.000	190.953	140.419	137.842
3	INDF	12.805	19.471	22.682	25.107	19.219
4	MLBI	822.195	794.615	1.677.254	1.334.373	1.454.398
5	ROTI	195.456	320.197	307.609	395.920	320.502
6	ULTJ	592.822	633.794	490.967	561.628	593.526
7	ICBP	3.648.069	4.696.583	6.208.196	6.002.344	6.469.785

Lampiran 4

Daftar Persediaan
Perusahaan Manufaktur Industri Makanan dan Minuman
Periode 2012-2016

No.	KODE	2012	2013	2014	2015	2016
1	ADES	74.592	84.788	92.474	99.210	95.474
2	DLTA	152.086.103	171.744.931	193.300.072	738.803	183.868.498
3	INDF	7.786.100	8.160.539	8.446.349	7.627.360	8.469.821
4	MLBI	123.434	161.867	226.717	131.360	138.137
5	ROTI	22.598.713	36.523.703	40.795.756	43.169.426	50.745.887
6	ULTJ	334.169.036	534.977.217	714.411.455	181.162.743	760.534.170
7	ICBP	1.816.459	2.868.722	2.813.122	3.109.916	2.546.835

Lampiran 5

Daftar Total Ekuitas
Perusahaan Manufaktur Industri Makanan dan Minuman
Periode 2012-2016

No.	KODE	2012	2013	2014	2015	2016
1	ADES	209.122	264.778	295.799	358.369	384.388
2	DLTA	598.212	676.558	760.396	849.621	1.012.374
3	INDF	34.120	38.373	40.274	43.121	43.941
4	MLBI	329.853	987.533	533.797	766.480	820.690
5	ROTI	666.607	787.338	953.583	1.188.535	1.442.752
6	ULTJ	1.676.519	2.015.145	1.151.135	1.541.937	3.489.234
7	ICBP	11.984	13.266	14.584	16.386	18.500

Lampiran 6

Daftar *Earning After Tax (EAT)* / Laba Bersih Setelah Pajak**Perusahaan Manufaktur Industri Makanan dan Minuman**

Tahun 2012-2016

No.	KODE	2012	2013	2014	2015	2016
1	ADES	83.376	55.656	31.072	32.838	55.951
2	DLTA	148.909	125.796	81.598	107.894	254.509
3	INDF	4.779.446	3.416.635	5.229.489	3.709.501	5.226.906
4	MLBI	453.405	1.171.229	794.883	496.909	982.129
5	ROTI	149.150	158.015	188.648	270.539	279.777
6	ULTJ	353.431	325.127	283.061	523.100	709.826
7	ICBP	2.282.371	2.235.040	2.574.172	2.923.148	3.631.301

Lampiran 7

Daftar Variabel Likuiditas (*Current Ratio dan Quick Ratio*)**Perusahaan Manufaktur Industri Makanan dan Minuman****Periode 2012-2016**

No.	KODE	Current Ratio (CR)					Quick Ratio (QR)				
		2012	2013	2014	2015	2016	2012	2013	2014	2015	2016
1	ADES	1,94	1,25	1,54	1,39	1,64	1,19	0,71	0,95	0,89	1,15
2	DLTA	4,91	4,58	2,16	6,42	7,60	1263	1076	1010	1,16	1326
3	INDF	2049	1683	1808	1705	1508	1.441	1.264	1.436	1.402	1.067
4	MLBI	0,56	0,89	0,49	0,53	0,62	0,41	0,69	0,35	0,43	0,52
5	ROTI	1,12	1,14	1,37	2,05	2,96	114	113	131	107	155
6	ULTJ	2,02	2,47	3,34	3,75	4,84	562	842	-1452	319	1277
7	ICBP	2,72	2,41	2,19	2,33	2,41	2,22	1,80	1,74	1,81	2,01
Rata- rata		294,60	242,27	259,90	245,98	218,32	70,7	109	165	140	241

Lampiran 8

Daftar Variabel Profitabilitas (Rasio ROA dan ROE)
Perusahaan Manufaktur Industri Makanan dan Minuman
Periode 2012-2016

No	Kode Saham	ROA(%)					ROE(%)				
		2012	2013	2014	2015	2016	2012	2013	2014	2015	2016
1	ADES	0,21	0,13	0,06	0,05	0,07	0,40	0,21	0,10	0,09	6,87
2	DLTA	0,2	0,24	0,22	0,14	0,21	0,36	0,43	0,36	0,23	3,98
3	INDF	0,08	0,04	0,06	0,04	0,06	140,09	90,21	129,85	86,03	0,01
4	MLBI	0,39	0,66	0,36	0,24	0,43	1,37	1,19	1,49	0,65	0,84
5	ROTI	0,12	0,09	0,09	0,1	0,1	0,22	0,20	0,20	0,23	5,16
6	ULTJ	0,15	0,12	0,1	0,15	0,16	0,21	0,16	0,25	0,34	4,92
7	ICBP	0,13	0,1	0,1	0,11	0,13	190,45	168,48	176,51	178,39	196,29
RATA-RATA		0,183	0,197	0,141	0,119	0,166	47,59	37,27	44,11	37,99	31,15

Lampiran 9

Daftar Variabel Price to Book Value (PBV)
Perusahaan Manufaktur Industri Makanan dan Minuman
Periode 2012-2016

No	Kode Saham	2012				2013				2014			
		Closing Price	Total Ekuitas	Jumlah saham beredar	PBV	Closing Price	Total Ekuitas	Jumlah saham beredar	PBV	Closing Price	Total Ekuitas	Jumlah saham beredar	PBV
1	ADES	1920	209122	590	5,42	2000	264778	590	4,46	1375	295799	590	2,74
2	DLTA	225	598212	160	57,90	380	676558	160	0,09	390	760396	160	0,08
3	INDF	5850	34120	8780	37,37	6600	38373	8780	1510,12	6750	40274	8780	1471,54
4	MLBI	7400	329853	2107	11,23	12000	987533	2107	25,60	11900	533797	2107	46,97
5	ROTI	1380	666607	1012	2,38	1020	787338	5062	6,56	1385	953583	5062	7,35
6	ULTJ	1330	1676519	2888	647,13	4500	2015145	2888	6,45	3720	1151135	2888	9,33
7	ICBP	7800	11984	5831	3795,21	10200	13265	5831	4483,69	13100	14584	5831	5237,66
RATA-RATA					650,95				862,42				967,96

Daftar Variabel Price to Book Value (PBV)
Perusahaan Manufaktur Industri Makanan dan Minuman
Periode 2012-2016

No	Kode Saham	2015				2016				
		Closing Price	Total Ekuitas	Jumlah saham beredar	PBV	Closing Price	Total Ekuitas	Jumlah saham beredar	PBV	
1	ADES	1.015	328.369	590	1,8	1.000	384.388	590	1,5	
2	DLTA	5.200	849.621	801	4,9	5.000	1.012.374	801	4,0	
3	INDF	5.175	43.121	8.780	1.053,7	7.925	43.941	8.780	1.583,5	
4	MLBI	8.200	766.980	2.107	22,5	11.750	820.640	2.107	30,2	
5	ROTI	1.265	1.188.535	5.062	5,4	1.600	1.442.752	5.062	5,6	
6	ULTJ	3.945	1.541.937	2.888	7,4	4.570	3.489.234	2.888	3,8	
7	ICBP	13.475	16.386	5.831	4.795,1	8.575	18.500	1.662	770,4	
RATA-RATA					841,5					342,7

Lampiran 10

**Informasi CSR GRI G4 Perusahaan Makanan dan Minuman di BEI
Periode 2012-2016**

Kode Perusahaan	EC	EN	LA	HR	SO	PR	JUMLAH		
							TOTAL ITEM YANG DI UNGKAPKAN	TOTAL ITEM G4	JUMLAH
2012	0	2	1	1	3	1	8	91	0,09
2013	0	2	1	1	3	1	8	91	0,09
2014	0	2	1	1	2	2	8	91	0,09
2015	0	2	1	0	2	2	7	91	0,08
2016	0	2	1	0	2	2	7	91	0,08
2012	1	0	0	1	3	0	5	91	0,05
2013	3	3	2	0	11	0	19	91	0,21
2014	0	3	0	0	7	0	10	91	0,11
2015	0	3	0	0	5	3	11	91	0,12
2016	0	4	0	1	4	2	11	91	0,12
2012	1	5	3	0	6	4	19	91	0,21
2013	1	6	3	0	6	4	20	91	0,22
2014	1	8	3	0	9	4	25	91	0,27
2015	1	7	3	0	4	4	19	91	0,21
2016	1	5	3	0	5	5	19	91	0,21
2012	1	0	0	1	3	0	5	91	0,05
2013	1	3	2	0	7	0	13	91	0,14
2014	0	3	2	0	7	1	13	91	0,14
2015	0	3	1	0	5	1	10	91	0,11
2016	0	4	1	1	4	1	11	91	0,12
2012	0	0	1	0	4	3	8	91	0,09
2013	1	4	5	0	4	3	17	91	0,19
2014	1	4	6	0	4	3	18	91	0,20
2015	1	4	5	0	4	3	17	91	0,19
2016	1	4	5	0	15	3	28	91	0,31
2012	0	2	0	0	7	0	9	91	0,10
2013	1	3	0	0	7	1	12	91	0,13
2014	1	3	2	0	4	3	13	91	0,14
2015	1	3	2	0	6	3	15	91	0,16
2016	1	3	2	0	6	3	15	91	0,16
2012	1	4	3	0	6	4	18	91	0,20

2013	1	5	3	0	6	4	19	91	0,21
2014	1	8	3	0	6	4	22	91	0,24
2015	1	6	3	0	6	4	20	91	0,22
2016	1	8	3	0	9	5	26	91	0,29



Lampiran 11

Daftar Indikator Pengungkapan CSR menurut GRI Standard Khusus G4

KATEGORI EKONOMI		
- Kinerja Ekonomi	EC 1	Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan.
	EC 2	Implikasi financial dan risiko serta peluang lainnya kepada kegiatan organisasi karena perubahan iklim.
	EC 3	Cakupan kewajiban organisasi atas imbalan pasti.
	EC 4	Bantuan financial yang diterima dari pemerintah.
- Keberadaan Pasar	EC 5	Rasio upah standar pegawai pemula (<i>entry level</i>) menurut gender dibandingkan dengan upah minimum regional di lokasi-lokasi operasional yang signifikan.
	EC 6	Perbandingan manajemen senior yang dipekerjakan dari masyarakat local di operasi yang signifikan.
- Dampak Ekonomi Tidak Langsung	EC 7	Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur dan jasa yang diberikan.
	EC 8	Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk besarnya dampak.
- Praktik Pengadaan	EC 9	Perbandingan dari pemasok local di operasional yang signifikan.
KATEGORI LINGKUNGAN		
- Bahan	EN 1	Bahan yang digunakan berdasarkan berat dan volume.
	EN 2	Presentase bahan yang digunakan yang merupakan bahan input daur ulang.
- Energy	EN 3	Konsumsi energy dalam organisasi.
	EN 4	Konsumsi energy diluar organisasi.
	EN 5	Intensitas energy
	EN 6	Pengurangan konsumsi energy.
- Air	EN 7	Konsumsi energy diluar organisasi.
	EN 8	Total pengambilan air berdasarkan sumber.
	EN 9	Sumber air yang secara signifikan dipengaruhi oleh pengambilan air.
	EN 10	Presentase dan total volume air yang didaur ulang dan digunakan kembali.

- Keanekaragaman Hayati	EN 11	Lokasi-lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola didalam, atau yang berdekatan dengan kawasan lindung dan kawasan dengan keanekaragaman hayati tinggi diluar kawasan lindung.
	EN 12	Uraian dampak signifikan kegiatan, produk, dan jasa terhadap keanekaragaman hayati tinggi diluar kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi dikawasan lindung.
	En 13	Habitat yang dilindungi dan dipulihkan.
	EN 14	Jumlah total spesies dalam IUCN <i>RED LIST</i> dan spesies dalam daftar spesies yang dilindungi nasional dengan habitat ditempat yang dipengaruhi operasional, berdasarkan tingkat risiko kepunahan.
- Emisi	EN 15	Emisi gas rumah kaca (GRK) langsung (Cakupan 1).
	EN 16	Emisi gas rumah kaca (GRK) energi tidak langsung (Cakupan 2).
	EN 17	Emisi gas rumah kaca (GRK) energy tidak langsung lainnya (Cakupan 3).
	EN 18	Intensitas emisi gas rumah kaca (GRK).
	EN 19	Pengurangan emisi gas rumah kaca (GRK).
	EN 20	Emisi bahan perusak ozon (BPO)
	EN 21	NO _x , SO _x , dan emisi udara signifikan lainnya.
- Efluen dan Limbah	EN 22	Total air yang dibuang berdasarkan kualitas dan tujuan.
	EN 23	Bobot total berdasarkan jenis dan metode pembuangan.
	EN 24	Jumlah dan volume total tumpahan signifikan.
	EN 25	Bobot limbah yang dianggap berbahaya menurut ketentuan Basel 2 Lampiran I,II,III dan VIII yang diangkut diimpor, diekspor atau diolah dan persentase limbah yang diangkut untuk pengiriman internasional.
	EN 26	Identitas ukuran dan status lindung, dan nilai keanekaragaman hayati dari badan air dan habitat terkait yang secara signifikan terkena dampak dari pembuangan dan air limpasan dari organisasi.
- Produk dan Jasa	EN 27	Tingkat mitigasi dampak terhadap dampak lingkungan produk dan jasa.
	EN 28	Presentase produk yang terjual dan kemasannya yang direklamasikan menurut kategori.
- Kepatuhan	EN 29	Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-

		undang dan peraturan lingkungan.
Transportasi	EN 30	Dampak lingkungan signifikan dari pengangkutan produk dan barang lain serta bahan untuk operasional organisasi dan pengangkutan tenaga kerja.
Lain-lain	EN 31	Total pengeluaran dan investasi perlindungan lingkungan berdasarkan jenis.
Asesmen pemasok atas lingkungan	EN 32	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria lingkungan.
	EN 33	Dampak lingkungan negative signifikan actual dan potensial dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil.
Mekanisme Pengaduan Masalah Lingkungan	EN 34	Jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi.
KATEGORI SOSIAL		
Sub Kategori : Praktik Ketenagakerjaan dan kenyamanan Bekerja		
- Kepegawaian	LA 1	Jumlah total dan tingkat perekrutan karyawan baru dan <i>turnover</i> karyawan menurut kelompok umur, gender dan wilayah.
	LA 2	Tunjangan yang diberikan bagi karyawan purnawaktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atau paruh waktu, berdasarkan lokasi operasi yang signifikan.
	LA 3	Tingkat kembali bekerja dan tingkat resistensi setelah cuti melahirkan, menurut gender.
- Hubungan Industrial	LA 4	Jangka waktu minimum pemberitahuan mengenai perubahan operasional, termasuk apakah hal tersebut tercantum dalam perjanjian bersama.
- Kesehatan dan Keselamatan Kerja	LA 5	Persentase total tenaga kerja yang diwakili dalam komite bersama formal manajemen pekerja yang membantu mengawasi dan memberikan saran program kesehatan dan keselamatan kerja.
	LA 6	Jenis dan tingkat cedera, penyakit akibat kerja, hari hilang dan kemangkiran serta jumlah total kematian akibat kerja, menurut daerah dan gender.
	LA 7	Pekerjaan yang sering terkena atau beresiko tinggi terkena penyakit yang terkait dengan pekerjaan mereka.
	LA 8	Topic kesehatan dan keselamatan tercakup dalam perjanjian formal serikat pekerja.
- Pelatihan dan Pendidikan	LA 9	Jam pelatihan rata-rata bertahun per karyawan menurut gender, dan menurut kategori karyawan.








	LA 10	Program untuk manajemen keterampilan dan pembelajaran seumur hidup yang mendukung keberlanjutan kerja karyawan dan membantu mereka mengelola purna bakti.
	LA 11	Persentase karyawan yang menerima review kinerja dan pengembangan karier secara regular menurut gender dan kategori karyawan.
- Keberagaman dan Kesetaraan Peluang	LA 12	Komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan perkategori karyawan menurut gender, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas dan indikator keberagaman lainnya.
- Kesetaraan Remunerasi Perempuan dan Laki-Laki	LA 13	Rasio gaji pokok dan remunerasi bagi perempuan terhadap laki-laki menurut kategori karyawan, berdasarkan lokasi operasional yang signifikan.
- Asesmen Pemasok Terkait Praktik Ketenagakerjaan	LA 14	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan praktik ketenagakerjaan.
	LA 15	Dampak negative actual dan potensial yang signifikan terhadap praktik ketenagakerjaan rantai pasokan dan tindakan yang diambil.
	LA 16	Jumlah pengaduan tentang praktik ketenagakerjaan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui pengaduan resmi.
KATEGORI SOSIAL		
Sub Kategori : Hak Asasi Manusia		
- Investasi	HR 1	Jumlah total dan persentase perjanjian dan kontrak investasi yang signifikan yang menyertakan klausul terkait hak asasi manusia atau penapisan berdasarkan hak asasi manusia.
	HR 2	Jumlah waktu pelatihan karyawan tentang kebijakan/prosedur HAM terkait dengan aspek HAM yang relevan dengan operasi.
- Non Diskriminasi	HR 3	Jumlah total insiden diskriminasi dan tindakan korektif yang diambil.
- Kebebasan Berserikat dan Perjanjian Kerja Bersama	HR 4	Operasi pemasok teridentifikasi yang mungkin melanggar atau beresiko tinggi melanggar hak untuk melaksanakan kebebasan berserikat dan perjanjian kerja bersama, dan tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut.
- Pekerja Anak	HR 5	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi beresiko tinggi melakukan eksploitasi pekerja anak dan tindakan yang diambil untuk berkontribusi dalam penghapusan pekerja

		anak yang efektif.
- Pekerja Paksa atau Wajib Kerja	HR 6	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi beresiko tinggi melakukan pekerja paksa atau wajib kerja dan tindakan untuk berkontribusi dalam penghapusan segala bentuk pekerja paksa atau wajib kerja.
- Praktik Pengamanan	HR 7	Persentase petugas pengamanan yang dilatih dalam kebijakan atau prosedur hak asasi manusia di organisasi yang relevan dengan operasi.
- Hak Adat	HR 8	Jumlah total insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat dan tindakan yang diambil.
- Asesmen	HR 9	Jumlah total dan persentase operasi yang telah melakukan review atau asesmen dampak hak asasi manusia.
- Asesmen Pemasok atas Hak Asasi Manusia	HR 10	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria hak asasi manusia.
	HR 11	Dampak negative actual dan potensial yang signifikan terhadap hak asasi manusia dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil.
- Mekanisme Pengaduan Masalah Hak Asasi Manusia	HR 12	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap hak asasi manusia yang diajukan, ditangani dan diselesaikan melalui pengaduan formal.
KATEGORI SOSIAL		
Sub Kategori : Masyarakat		
- Masyarakat Lokal	SO 1	Persentase operasi dengan pelibatan masyarakat local, dampak & pengembangan.
	SO 2	Operasi dengan dampak negative actual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat lokal.
- Anti Korupsi	SO 3	Jumlah total dan persentase operasi yang dinilai terhadap risiko terkait dengan korupsi dan risiko signifikan yang teridentifikasi.
	SO 4	Komunikasi dan pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur anti korupsi.
	SO 5	Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil.
- Kebijakan Publik	SO 6	Nilai total kontribusi politik berdasarkan Negara dan penerima/penerima manfaat.
- Anti Persaingan	SO 7	Jumlah total tindakan hokum terkati anti persaingan, anti-trust, serta praktik monopoli dan hasilnya.
- Kepatuhan	SO 8	Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan.

- Asesmen Pemasok atas Dampak Terhadap Masyarakat	SO 9	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan criteria untuk dampak terhadap masyarakat.
	SO 10	Dampak negative actual dan potensional yang signifikan terhadap masyarakat dalam rantai pasokan tindakan yang diambil.
- Mekanisme pengaduan Dampak Terhadap Masyarakat	SO 11	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap masyarakat yang diajukan, ditangani dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi.
KATEGORI SOSIAL		
Sub Kategori : Tanggungjawab atas Produk		
- Kesehatan Keselamatan Pelanggan	PR 1	Persentase kategori produk dan jasa yang signifikan dampaknya terhadap kesehatan dan keselamatan yang dinilai untuk peningkatan.
	PR 2	Total jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa sepanjang daur hidup, menurut jenis hasil.
- Pelabelan Produk dan Jasa	PR 3	Jenis informasi produk dan jasa yang diharuskan oleh prosedur organisasi terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa yang signifikan harus mengikuti informasi sejenis.
	PR 4	Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, menurut jenis hasil.
	PR 5	Hasil survey untuk mengukur kepuasan pelanggan.
- Komunikasi Pemasaran	PR 6	Penjualan produk yang dilarang atau disengketakan.
	PR 7	Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela tentang komunikasi pemasaran, termasuk iklan, promosi dan sponsor menurut jenis hasil.
- Privasi Pelanggan	PR 8	Jumlah total keluhan yang terbukti terkait dengan pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan.
- Kepatuhan	PR 9	Nilai moneter denda yang signifikan atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan terkait penyediaan dan penggunaan produk dan jasa.

BUKTI KONSULTASI

Nama : Yana Qonita Aufa
 NIM : 13510081/Manajemen
 Pembimbing : Puji Endah P. SE., M.M
 Judul Skripsi : Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Coorporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016)

No.	Tanggal	Materi Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing
1.	12 Januari 2017	Konsultasi judul dan Proposal	
2.	10 Februari 2017	Revisi Proposal	
3.	9 Oktober 2017	Revisi BAB I, II, III	
4.	9 November 2017	Acc Proposal Skripsi	
5.	29 November 2017	Acc Revisi Proposal Skripsi	
6.	29 Januari 2018	Konsultasi BAB IV & V	
7.	10 Mei 2018	Acc BAB IV & V	
8.	15 Mei 2018	Acc Keseluruhan	

Malang, 15 Mei 2018

Mengetahui:
Ketua Jurusan Manajemen


 Drs. Agus Sucipto, MM
 NIP. 19670816 200312 1 001



BIODATA PENELITI

Nama Lengkap : Yana Qonita Aufa
 Tempat, Tanggal Lahir : Blitar, 26 September 1995
 Alamat Asal : JL. Tangsi No. 9 Srengat-Blitar
 Alamat Tinggal : JL. Terusan Sigura-gura Blok D 112 A
 Pondok Harapan Indah
 Telp / HP : 082323607064/085727426705
 E-mail : Qonitaandalusi@gmail.com

Pendidikan Formal

1999-2001 : TK Ibadurrahman Srengat
 2001-2007 : SD Negeri 01 Srengat
 2007-2010 : SMP Negeri 01 Srengat
 2010-2013 : SMA Negeri 01 Srengat
 2013-2018 : Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi
 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Pendidikan Non Formal

2013-2014 : Program Khusus Perkuliahan Bahasa Arab UIN
 Malang
 2014-2015 : Program Khusus Perkuliahan Bahasa Inggris UIN
 Malang

Pengalaman Organisasi

- Anggota Paduan Suara PSM GB UIN Malang 2014

Aktivitas dan Pelatihan

- Peserta Pelatihan Kepenulisan Forum Lingkar Pena UIN Maliki Malang Tahun 2013
- Peserta Seminar Otoritas Jasa Keuangan (OJK) UIN Maliki Malang Tahun 2013
- Peserta Future Management Training 2013
- Peserta Seminar Nasional “Kewirausahaan Java Overland Studentpreneur Competition (JOSC) 2014” UM Malang Tahun 2014
- Peserta Seminar Nasional “Membentuk Calon Wirusahawan Muda Tangguh, Kreatif, Inovatif dan Berjiwa Ulul Albab” UIN Maliki Malang Tahun 2015
- Peserta Seminar “How to be a Smart Student Investor” Universitas Ma Chung Malang Tahun 2016
- Peserta Pelatihan Statistik “Statistik 7” Kota Malang Tahun 2016
- Peserta Pelatihan Workshop Penguatan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa UIN Maliki Malang Tahun 2016