

DETERMINASI NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN DI INDONESIA

RIZKI FILLHAYATI RAMBE
FAKULTAS EKONOMI BISNIS, PROGRAM STUDI AKUNTANSI, UNIVERSITAS HARAPAN MEDAN

fillhayati@hotmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Corporate Social Responsibility, Profitability, and Dividend Policy on the Company Value of Food and Beverage Companies listed on the IDX for the 2014-2018 period. The population is a food and beverage company with the selection of samples through purposive sampling. There are 10 companies that meet the research sample criteria, with 5 years of observation, so that the total sample in this study is 50 companies. The results of the study show (1) Corporate Social Responsibility has a significant effect on company value. (2) Profitability has a significant effect on firm value. (3) Dividend Policy has a significant effect on Firm Value.

Kata Kunci : *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Nilai Perusahaan

PENDAHULUAN

Perusahaan secara umum bertujuan memaksimalkan laba (*profit maximization*) dalam rangka meningkatkan kesejahteraan pemegang saham (*shareholders*). Dalam mencapai tujuan tersebut, perusahaan fokus pada kegiatan operasinya guna mengejar keuntungan sebesar-besarnya sehingga perusahaan melakukan eksploitasi sumber daya alam dan masyarakat sosial secara tidak terkendali. Perusahaan juga mengabaikan tanggung jawab sosial-ekologisnya terhadap masyarakat dan lingkungan yang berada di sekitar lokasi perusahaan atau yang merasakan langsung atau tidak langsung dampak negatif dari operasi perusahaan. Hal ini mengakibatkan kerusakan lingkungan yang akhirnya mengganggu kehidupan manusia. Aktivitas bisnis yang dilakukan perusahaan ini telah merugikan pihak *stakeholders*, termasuk di dalamnya adalah pelanggan (*customer*), pegawai, pemerintah, pemasok (*supplier*), bahkan juga pesaing (kompetitor). Jika *stakeholders* merasa dirugikan maka perusahaan dapat mengalami masalah. Sisi lain dari hadirnya perusahaan bisa berupa hal yang negatif. Hal yang tidak baik bagi keberlangsungan lingkungan sekitar. Kegiatan eksplorasi yang dilakukan tak jarang menimbulkan kerusakan alam dan ekosistem di sekitar kegiatan perusahaan. Perusahaan *food and beverages* juga memberi dampak berupa polusi air, udara, maupun suara pada saat dan atau setelah proses produksi berjalan. Polusi juga dapat ditemukan dari limbah yang tidak dikelola dengan baik, yang tentu saja hal ini mengganggu kenyamanan dan keamanan lingkungan sekitar. Karena dampak negatif yang muncul dari perusahaan itu, muncul suatu gagasan untuk memberikan kompensasi dari perusahaan untuk lingkungan sekitarnya. Gagasan ini yang disebut dengan *corporate social responsibility* (CSR). Perusahaan memberikan suatu umpan balik terhadap masyarakat sebagai etika dalam berbisnis. Maksudnya, bahwa perusahaan tidak hanya berkewajiban terhadap *shareholder* (pemegang saham) saja namun lebih dari itu yakni terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar sebagai *stakeholder*. perusahaan tidak lagi bertanggung jawab *single bottom line* saja yakni pada nilai dari perusahaan, namun merambah ke *triple bottom line* diantaranya adalah sosial, lingkungan, dan financial (nilai perusahaan). Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. 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. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan tujuan utama perusahaan. Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi yang sesuai dengan keinginan para pemiliknya, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan para pemilik juga akan meningkat. Nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan harga saham menggunakan rasio yang disebut rasio penilaian. Menurut Sudana (2011:23), rasio penilaian adalah suatu rasio yang terkait dengan penilaian kinerja saham perusahaan yang telah diperdagangkan di pasar modal (*go public*). Rasio penilaian memberikan informasi seberapa besar masyarakat menghargai perusahaan, sehingga masyarakat tertarik untuk membeli saham dengan harga yang lebih tinggi dibanding nilai bukunya. *Price to Book Value* (PBV) adalah rasio yang menunjukkan apakah harga saham yang diperdagangkan *overvalued* (di atas) atau *undervalued* (di bawah) nilai buku saham tersebut (Fakhrudin dan Hadianto, 2001). *Price to Book Value* (PBV) menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Makin tinggi rasio ini, berarti pasar percaya akan prospek perusahaan tersebut. PBV juga menunjukkan seberapa jauh suatu

perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan yang relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan dalam perusahaan. 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. Penelitian mengenai faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan khususnya di Indonesia telah banyak dilakukan, seperti penelitian mengenai pengaruh *Corporate social responsibility*, Profitabilitas dan Kebijakan Dividen terhadap nilai perusahaan. Beberapa di antaranya yaitu yang dilakukan oleh Marius dan Masri (2017) menyimpulkan bahwa CSR berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian Zaria dan Salim (2014) menyimpulkan bahwa CSR berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan dan penelitian dari Nurfina (2017) menyimpulkan ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

TINJAUAN PUSTAKA

Nilai Perusahaan

Menurut Sartono (2010:487), nilai perusahaan adalah nilai jual sebuah perusahaan sebagai suatu bisnis yang sedang beroperasi. Adanya kelebihan nilai jual diatas nilai likuidasi adalah nilai dari organisasi manajemen yang menjalankan perusahaan itu. *Price to Book Value* (PBV) adalah rasio yang menunjukkan apakah harga saham yang diperdagangkan overvalued (di atas) atau undervalued (di bawah) nilai buku saham tersebut (Fakhrudin dan Hadianto, 2001). *Price to Book Value* (PBV) menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Makin tinggi rasio ini, berarti pasar percaya akan prospek perusahaan tersebut. PBV juga menunjukkan seberapa jauh suatu perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan yang relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan.

Adapun rumus yang digunakan yaitu :

<p>PBV : $\text{Market Price Share} / \text{Book Value Per Share}$</p>
--

Sumber : Fakhrudin dan Hadianto, 2001

Corporate Social Responsibility berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu bentuk tindakan yang berawal dari pertimbangan etis perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan ekonomi, peningkatan kualitas hidup bagi karyawan dan keluarganya, serta peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar. Penerapan CSR dapat menimbulkan kepercayaan dari berbagai pihak kepada perusahaan. Atas rasa kepercayaan itu maka investor akan tertarik untuk berinvestasi di perusahaan yang bersangkutan. Masyarakat juga akan mendukung kegiatan operasional perusahaan. Dengan semakin banyaknya pengungkapan CSR maka nilai perusahaan tersebut akan meningkat. Hasil penelitian Zaria dan Salim (2014), Marius dan Masri (2017), dan Nurfina (2017) mendukung hal tersebut yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hipotesis yang dapat dibuat adalah:

H₁ : CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan

Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bersih. Dengan memperoleh laba maksimal dapat meningkatkan *return* kepada berbagai pihak. Tinggi rendahnya tingkat *return* dapat mempengaruhi penilaian investor terhadap perusahaan. Makin tinggi penilaian investor akan suatu saham, maka harga saham tersebut akan makin tinggi. Harga saham yang makin tinggi akan meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian Indriyani (2017), Zaria dan Salim (2014), dan Nurfina (2017) mendukung hal tersebut yang menyatakan bahwa Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hipotesis yang dapat dibuat adalah:

H₂ : Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan

Kebijakan Dividen berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

Kebijakan dividen adalah kebijakan perusahaan dalam menentukan apakah mengurangi atau meningkatkan jumlah pembagian laba kepada para pemegang saham. Semakin besar dividen yang dibagikan akan semakin meningkatkan ketertarikan pemegang saham yang pada akhirnya menaikkan nilai perusahaan. Hasil penelitian Ni Kadek dan I Gede(2016), mendukung hal tersebut yang mengatakan bahwa Kebijakan Dividen berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hipotesis yang dapat dibuat adalah:

H₃ : Kebijakan dividen berpengaruh terhadap nilai perusahaan

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian desain kausalitas yaitu penelitian yang ingin melihat apakah suatu variabel yang berperan sebagai variabel bebas berpengaruh terhadap variabel lain yang menjadi variabel terikat. Dalam penelitian ini variabel bebasnya yaitu CSR, Profitabilitas, dan Kebijakan Dividen dengan variabel terikatnya yaitu Nilai Perusahaan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI periode 2014 – 2018. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Adapun kriteria pengambilan sampel tersebut yaitu :

1. Perusahaan sektor makanan & minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2014-2018.
2. Perusahaan menerbitkan atau mempublikasikan laporan tahunan (*Annual Report*) perusahaan selama periode pengamatan selama 2014-2018.
3. Perusahaan tersebut memiliki data yang lengkap sesuai kebutuhan peneliti dan memiliki laba positif.

Dari 25 populasi perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI, diperoleh 10 perusahaan makanan dan minuman yang memenuhi kriteria di atas dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 1.Sampel dan Populasi Penelitian

No	Kode	Nama Perusahaan	Kriteria			Sampel
			1	2	3	
1	ADES	Akasha Wira International Tbk	✓	X	X	
2	DAVO	Davomas Abadi Tbk	✓	X	X	
3	DLTA	Delta Djakarta Tbk	✓	✓	✓	1
4	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	✓	✓	✓	2
5	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk	✓	✓	✓	3
6	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk	✓	✓	✓	4
7	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk	✓	✓	✓	5
8	PSDN	Prasidha Aneka Niaga Tbk	✓	✓	X	
9	SKBM	Sekar Bumi Tbk	✓	✓	X	
10	SKLT	Sekar Laut Tbk	✓	✓	✓	6
11	STTP	Siantar Top Tbk	✓	✓	✓	7
12	AISA	Tiga Pilar Sejahtera Tbk	✓	✓	X	
13	ALTO	Tri Banyan Tirta Tbk	✓	✓	X	
14	ULTJ	Ultrajaya Milk Industry & Trading Co Tbk	✓	✓	✓	8
15	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk	✓	✓	✓	9
16	MYOR	Mayora Indah Tbk	✓	✓	✓	10
17	BUDI	Budi Starch & Sweetener Tbk	X	X	X	
18	BTEK	Bumi Teknokultura Unggul Tbk	✓	X	X	
19	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk	✓	✓	X	
20	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk	X	✓	X	
21	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk	✓	X	X	
22	IIKP	Inti Agri Resources Tbk	✓	✓	X	

23	MGNA	Magna Investama Mandiri Tbk	✓	✓	X	
24	PANI	Pratama Abadi Nusa Industri Tbk	✓	✓	X	
25	PCAR	Prima Cakrawala Abadi Tbk	✓	✓	X	

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan kriteria penarikan sampel yang penulis buat maka jumlah populasi yang menjadi sampel pada penelitian adalah 10 perusahaan dengan 5 tahun pengamatan 10×5 (tahun) = 50 sampel perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018. Dalam penelitian ini operasional variabel penelitian dan pengukuran variabel dapat dilihat pada tabel 2 di bawah ini :

Tabel 2. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator Pengukuran Variabel	Skala
Corporate Social Responsibility (X1)	Suatu konsep bahwa perusahaan memiliki berbagai bentuk tanggung jawab terhadap seluruh pemangku kepentingan yaitu konsumen, karyawan, pemegang saham komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan yang diungkapkan.	Indeks CSR= Jumlah skor pengungkapan CSR/Jumlah skor maksimal	Likert
Profitabilitas (X2)	Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan sumber-sumber yg dimiliki perusahaan, seperti aktiva, modal atau penjualan perusahaan.	ROA= Earning after taxes/total asset	Rasio
Kebijakan Dividen (X3)	Kebijakan perusahaan dalam menentukan apakah akan membayar dividen atau tidak, mengurangi atau meningkatkan jumlah dividen, atau membayar dividen dengan jumlah yang sama dengan yg dibagikan pada periode sebelumnya.	DPR= Total Devidend/Net Income	Rasio
Nilai Perusahaan (Y)	Kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran di pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan.	PBV= Market Price Share/Book Value per Share	Rasio

Sumber : Data diolah, 2022

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Namun terlebih dahulu dilakukan Uji Asumsi Klasik yaitu Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas, dan Uji Autokorelasi.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

HASIL PENELITIAN

a. Uji Asumsi Klasik

Hasil uji asumsi klasik pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas		
Uji Kolmogorov Smirnov	Asymp. Sig. (2-tailed)	0,712
Uji Multikolinearitas		
Tolerance	INDEKS CSR	.661
	ROA	.894
	DPR	.704
VIF	INDEKS CSR	1.513
	ROA	1.119
	DPR	1.421
Uji Heteroskedastisitas		
Uji Glejser	INDEKS CSR	.051
	ROA	.071
	DPR	.828
Uji Autokorelasi		
Uji Durbin Watson (DW)	DW	1.860

Sumber: Data Diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan hubungan yang normal. Hal ini dapat dilihat dari Asymp. Sig (2-tailed) atau probabilitasnya yang menunjukkan angka 0,712 lebih besar dari tingkat signifikansinya 5% atau 0,05. Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai tolerance yang dimiliki oleh variabel indeks CSR sebesar 0,661, variabel ROA sebesar 0,894, dan variabel DPR 0,704. Nilai tolerance yang dimiliki seluruh variabel independen tersebut diatas 0,1 yang berarti tidak terjadi korelasi antar variabel independen yang nilainya lebih dari 95%. Hasil perhitungan nilai *variance inflation factor* (VIF) juga menunjukkan hal yang sama bahwa nilai VIF yang dimiliki indeks csr sebesar 1,513, variabel ROA sebesar 1,119, dan DPR sebesar 1,421. Berdasarkan hasil uji multikolinearitas dengan metode VIF, nilai VIF < 10, artinya bahwa semua variabel bebas tidak terjadi multikolinearitas sehingga tidak membiarkan hasil analisis regresi, dan dapat disimpulkan bahwa model regresi penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas dan layak untuk digunakan. Berdasarkan output diatas diketahui nilai signifikansi (Sig.) indeks csr 0,051, ROA 0,071, dan DPR 0,828. Karna signifikansi variabel diatas > dari 0,05, maka dasar pengambilan keputusan dalam uji glejser, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi. Nilai Durbin-Watson (DW) sebesar 1,860. Jika melihat tabel DW dengan tingkat signifikansi 5% dan N = 50 dan jumlah variabel independen (k=3), maka (k ; N) = (3 ; 50) dapat diketahui nilai dL = 1,4206 dan dU = 1,6739, oleh karna itu nilai DW 1.860 lebih besar dari batas atas (dU) 1,6739 dan dL = 1,4206. DW 1.803 lebih besar dari dU dan kecil dari (4-dU), maka dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi.

b. Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil analisis regresi linear berganda pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linear Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-4.187	1.690		-2.477	.017
	INDEKS CSR	43.667	13.701	.402	3.187	.003
	ROA	11.934	5.443	.238	2.193	.033
	DPR	8.532	3.639	.287	2.345	.023

a. Dependent Variable: PBV

Sumber : Data diolah, 2022

Tabel diatas menampilkan nilai konstanta untuk persamaan regresi linear berganda (a) -4,187. Nilai koefisien variabel indeks CSR 43,667, ROA 11,934, dan DPR 8,532. Berdasarkan uji regresi linear berganda diatas, diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$Y = - 4,187 + 43,667 \text{ Indeks Csr} + 11,934 \text{ ROA} + 8,532 \text{ DPR} + e$$

Persamaan regresi linear berganda di atas dapat dijelaskan sebagai berikut: Konstanta sebesar - 4,187 : Artinya jika Indeks Csr (X1), ROA (X2), dan DPR (X3) nilainya 0, maka PBV (Y) adalah -4,187%. Koefisien regresi variabel Indeks Csr (X1) sebesar 43,667 : Artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan Indeks Csr mengalami kenaikan 1, maka PBV (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 43,667. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara Indeks Csr dengan PBV, semakin naik Indeks CSR (X1) maka akan meningkat PBV (Y). Koefisien regresi ROA (X2) sebesar 11,934 : Artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan 11,934 mengalami kenaikan 1, maka PBV (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 11,934. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara ROA dengan PBV, semakin naik ROA (X2) maka akan meningkat PBV (Y). Koefisien regresi DPR (X3) sebesar 8,532 : Artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan DPR mengalami kenaikan 1, maka PBV (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 8,532. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara DPR dengan PBV, semakin naik DPR (X3) maka akan meningkat PBV (Y).

Uji signifikansi parameter individu (Uji t)

Adapun hasil uji signifikansi paramater individu (uji t) penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 5 Hasil Uji Parameter Individu (Uji t) Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-4.187	1.690		-2.477	.017
INDEKS CSR	43.667	13.701	.402	3.187	.003
ROA	11.934	5.443	.238	2.193	.033
DPR	8.532	3.639	.287	2.345	.023

a. Dependent Variable: PBV

Sumber : Data diolah peneliti 2022

Berdasarkan uji signifikansi parameter individual (uji t) dari Tabel IV.6 dapat disimpulkan sebagai berikut : Variabel Indeks Csr (X1) memiliki t hitung > t tabel, dimana 3,187 > 2,01290 dengan tingkat signifikansi 0,003 < dari probabilitas sig. 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa H1 atau hipotesis pertama diterima. Artinya indeks csr berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Variabel ROA (X2) memiliki t hitung 2,193 > 2,01290 dengan tingkat signifikansi 0,033 < dari probabilitas sig. 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa H2 atau hipotesis kedua diterima. Artinya ROA berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. DPR (X3) memiliki t hitung 2,345 > 2,01290 dengan tingkat signifikansi 0,023 < dari probabilitas sig. 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa H3 atau hipotesis ketiga diterima. Artinya DPR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²) pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²) Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.718 ^a	.516	.485	5.6440348

a. Predictors: (Constant), DPR, ROA, INDEKS CSR

Sumber : Data diolah peneliti 2022

Berdasarkan Tabel 6 nilai koefisien determinasi terletak pada kolom *R-Square*. Diketahui nilai koefisien determinasi 0,516. Nilai tersebut berarti seluruh variabel independen yakni CSR, profitabilitas, dan kebijakan deviden mempengaruhi variabel dependen yakni nilai perusahaan sebesar 0,516 atau 51,6 %, dan sisanya 48,4 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

PEMBAHASAN

a. Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan

Dalam pengujian secara parsial, Variabel Indeks Csr (X_1) memiliki t hitung $>$ t tabel, dimana $3,187 > 2,01290$ dengan tingkat signifikansi $0,003 <$ dari probabilitas sig. 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa H_1 atau hipotesis pertama diterima. Artinya indeks csr berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Jessica dan Hasan (2014), Nurfina (2017), Nahda dan Harjito (2011). Mengatakan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik CSR perusahaan maka nilai perusahaan akan meningkat. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran perusahaan dalam melakukan aktivitas CSR dan pengungkapannya, sehingga dalam jangka waktu panjang perusahaan dapat menikmati kinerja pasar yang baik yang nantinya akan dinikmati oleh masyarakat secara umum.

b. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Variabel ROA (X_2) memiliki t hitung $2,193 > 2,01290$ dengan tingkat signifikansi $0,033 <$ dari probabilitas sig. 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa H_2 atau hipotesis kedua diterima. Artinya ROA berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Indriyani (2017), dan Nurfina (2017). Mengatakan bahwa Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini menjelaskan bahwa perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi akan mendapatkan dana yang cukup sehingga kinerja perusahaan dapat meningkat dan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan. Investor akan lebih tertarik kepada perusahaan yang mempunyai profit yang besar, karena return yang diperoleh juga akan besar.

c. Pengaruh Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan

Variabel DPR (X_3) memiliki t hitung $2,345 > 2,01290$ dengan tingkat signifikansi $0,023 <$ dari probabilitas sig. 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa H_3 atau hipotesis ketiga diterima. Artinya DPR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kadek dan Gede (2016), Astiana dan Tony (2017), dan Sari (2013). Semakin besar deviden yang dibagikan kepada pemegang saham maka emiten atau perusahaan akan dianggap semakin baik dan akan menyebabkan nilai perusahaan yang akan meningkat. Semakin besar deviden yang dibagikan kepada pemegang saham akan memunculkan investor investor baru yang akan berinvestasi di perusahaan tersebut.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas, maka dapat diambil simpulan bahwa Indeks CSR, Profitabilitas (ROA) dan Kebijakan Dividen (DPR) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Adapun saran yang dapat diberikan berdasarkan simpulan di atas yaitu : Bagi Perusahaan, hendaknya perusahaan *food and beverage* meningkatkan nilai perusahaan, dan meningkatkan nilai perusahaan akan meningkatkan profitabilitas perusahaan. Perusahaan juga diharapkan lebih berhati-hati dalam melakukan pendanaan yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Selain itu, perusahaan diharapkan lebih efektif dalam melakukan pendanaan dalam *corporate social responsibility* dan kebijakan deviden. Kebijakan deviden dan *corporate social responsibility* dapat mempengaruhi investor dalam menginvestasikan dananya di perusahaan tersebut. Bagi investor atau calon investor disarankan mencari informasi tentang nilai perusahaan tidak hanya secara umum melainkan informasi yang dapat lebih detail dapat menjadikan pertimbangan dalam pengambilan keputusan pendanaan yang akan dilakukan oleh investor dan calon investor. Untuk peneliti selanjutnya adalah dapat mengganti dan atau menambah variabel lain untuk pengembangan model penelitian. Penelitian ini juga hanya menggunakan 5 tahun pengamatan. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperpanjang waktu pengamatan sehingga peneliti dapat memperpanjang waktu pengamatan sehingga penelitian dapat digeneralisasi dan menggunakan data yang lebih spesifik, sehingga hasil penelitian lebih lengkap dan akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Astiana dan Tony S.A. (2017). "Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang, Ukuran Perusahaan dan Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan di Bei 2011 – 2015". *Jurnal Ilmu Manajemen*. Volume 5 No. 4.
- Fakhrudin, M. dan Hadianto, M.S. (2001). *Perangkat dan Model Analisis Investasi di Pasar Modal*. Buku Satu. Jakarta : PT. Elekmedia Komputindo Kelompok Gramedia
- Indriyani, E. (2017). "Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan". *Jurnal Ilmu Akuntansi*. Vol. 10(2), Oktober 2017.
- Marius, E. dan Masri, I. (2017). "Pengaruh *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan". *Konferensi Ilmiah Akuntansi IV*. 2-3 Maret 2017.
- Nahda, A. dan Harjito, D.A. (2011). "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Governance* Sebagai Variabel Moderasi". *Jurnal Siasat Bisnis* Vol. 15 No. 1. 1 Januari 2011. Hal 1 – 12.
- Nurfini, P. (2017). "Pengaruh Ukuran, Profitabilitas, dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia". *Prosiding Seminar Nasional dan Call For Paper Ekonomi dan Bisnis (SNAPER-EBIS 2017)*. Jember, 27-28 Oktober 2017 (hal 353-364).
- Ni Kadek dan I. Gede. (2016). "Pengaruh Struktur Modal, Kebijakan Dividen, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur". *E-Jurnal Manajemen Unud*. Vol.5, No.3, 2016:1572-1598.
- Sari, O.T. (2013). "Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan". *Manajemen Analysis Journal*. Volume 3 No. 1, juli 2013 . Universitas Negri Semarang
- Sartono, Agus. (2010). *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Edisi 4. Yogyakarta : BPF.
- Sudana, I Made. (2011) "*Manajemen Keuangan Perusahaan*". Erlangga, Jakarta.
- Zaria, J. dan Salim, H. (2014). "Analisis Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan". *Jurnal Manajemen* Vol 11 No. 2 November 2014.