

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN
PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATING
(Suatu Studi Empiris pada Perusahaan Sri Kehati Index Tahun 2013 – 2016)**

SKRIPSI



Oleh :
NURMA SAFITRI RAHMANDA
NIM : 12510162

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2019**

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
(CSR) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN
PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATING**
(Suatu Studi Empiris pada Perusahaan Sri Kehati Index Tahun 2013 – 2016)

SKRIPSI

Diajukan Kepada:
Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelas Sarjana Manajemen (SM)



Oleh :
NURMA SAFITRI RAHMANDA
NIM : 12510162

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2019**

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN
PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATING
Suatu Studi Empiris pada Perusahaan Sri Kehati Index
Tahun 2013 –2016**

SKRIPSI

Oleh :
NURMA SAFITRI RAHMANDA
NIM: 12510162

Telah disetujui tanggal 9 Maret 2018
Dosen Pembimbing,



Yona Octiani L, SE.,MSA.,CSRS.,CSRA
NIP. 19670816200312 1 001

Mengetahui :
Ketua Jurusan,



Drs. Agus Sucipto, MM
NIP. 19670816200312 1 001

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATING

SKRIPSI

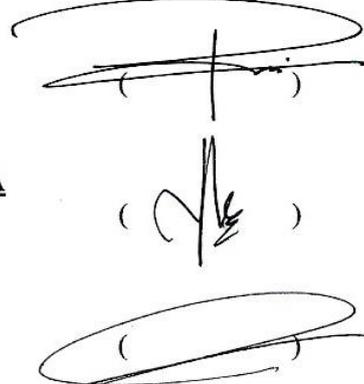
Oleh:
NURMA SAFITRI RAHMANDA
NIM :12510162

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM)
Pada 9 Maret 2018''

Susunan Dewan Penguji

1. Ketua Penguji
Puji Endah P, SE, MM
NIP. 19871002 201503 2004
2. Dosen Pembimbing/ Sekretaris
Yona Octiani L, SE, MSA, CSRS, CSRA
NIP. 19670816200312 1 001
3. Penguji Utama
Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.Ei
NIP. 19750707 200501 1 005

Tanda Tangan



Disahkan Oleh:
Ketua Jurusan,

Dr. Agus Sucipto, MM
NIP. 19670816200312 1 001

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nurma Safitri Rahmanda

NIM : 12510162

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 CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATING (Suatu Studi Empiris pada Perusahaan Sri Kehati Index Tahun 2013 – 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, 24 Juni 2019

Hormat saya,



Nurma Safitri Rahmanda
NIM. 12510162

HALAMAN PERSEMBAHAN

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

Ayah dan Mamaku tercinta, Bapak Ahmad Romadhony dan Ibu Anna Miftakhur Rahma 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.

Kakak -adikku tersayang, Mohammad Rizha Eka Rahmawan, Dita Nur Azizah, dan Mohammad Salman Al-Faridzi. Terima kasih atas doa dan dukungan. Semoga Allah senantiasa memberkahi dan memberikan masa depan yang terbaik kelak.

Keluarga besar Abdurrahman Yunus, serta saudara-saudaraku yang juga tak pernah luput memberikan do'a , motivasi dan nasihat. Semoga senantiasa diberikan kesehatan dan kebaikan.

Sahabat-sahabatku, Gayol, Risa, Yepi, Vita, Yuli dan Kiki serta temen-temen yang selalu support. 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.

MOTTO

إِلَّا حَسَنُ إِلَّا إِلًّا حَسَنٍ جَزَاءُ هَلٍ

“Tidak ada Balasan kebaikan kecuali kebaikan (pula).” (QS. Ar-Rahman: 60:3)

“Kunci Sukses Dunia Akhirat Itu Jujur Pada Diri dan Orang Lain”

(Ayahku~ Ahmad Romadhony)

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, karena dengan rahmat dan karunia-Nya kami dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “*Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating*”.

Shalawat dan salam senantiasa curahkan pada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW. Secara khusus, penulisan ingin menyampaikan terima kasih kepada Bapak/Ibu dan pihak yang telah membantu dan mendampingi hingga terselesaikan dengan baik skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat, ucapan terima kasih penulis dihaturkan kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Abdul Haris, M.Ag, sebagai Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag, sebagai Dekan Fakultas Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Drs. Agus Sucipto, MM, sebagai Ketua Jurusan Manajemen dan seluruh perangkat jurusan Manajemen.

4. Ibu Yona Octiani L, SE., MSA., CSRS., CSRA, sebagai Dosen Pembimbing Skripsi atas segala bimbingan, arahan dan ilmu yang telah diberikan.
5. Seluruh perangkat pelaksana Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
6. Kedua Orang tuaku ayah Ahmad Romadhony dan mama Anna Miftakhur Rahma yang selalu mendukung dan mendoakanku
7. Kakak-kakak dan adiku Rizha, Dita, Fariz, serta teman-teman yang setia membimbing, memotivasi, serta mendoakanku

Peneliti menyadari masih jauh dari kesempurnaan karena terbatasnya pengetahuan dan keterampilan yang peneliti miliki, untuk itu peneliti mengharapkan saran yang bersifat membangun guna penyempurna skripsi ini. Akhir kata, peneliti berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga karya ini membawakan manfaat bagi pengembangan ilmu dan pengaplikasiannya.

Malang, 24 Juni 2019

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	8
1.4 Batasan Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Hasil PenelitianTerdahulu.....	10
2.2 Kajian Teori	15
2.2.1 Teori <i>Stakeholder</i>	15
2.2.2 <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	17
2.2.3 Nilai Perusahaan	31
2.2.4 Profitabilitas	34
2.3 Kerangka Konseptual.....	35
2.4 Hipotesis Penelitian	37
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	40
3.2 Lokasi Penelitian	40
3.3 Populasi dan Sampel.....	40
3.3.1 Populasi Penelitian.....	40
3.3.2 Sampel Penelitian	41
3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	45
3.5 Data dan Jenis Data	45
3.6 Teknik Pengumpulan Data	46
3.7 Definisi Operasional Variabel.....	46
3.7.1 Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>).....	46
3.7.2 Variabel Moderasi (<i>Moderating Variable</i>)	48
3.7.3 Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>)	48
3.8 Analisis Data	50

3.8.1 Uji Asumsi Klasik.....	50
3.8.1.1 Uji Normalitas.....	50
3.8.1.2 Uji Multikolinieritas.....	51
3.8.1.3 Uji Heteroskedastisitas.....	52
3.8.1.4 Uji Autokorelasi.....	53
3.8.2 Analisis Regresi.....	53
3.8.3 Pengujian Hipotesis.....	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1 Hasil Penelitian.....	57
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian Sri-Kehati.....	57
4.2 Analisis Data.....	59
4.2.1 Statistik Deskripsi.....	59
4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	63
4.2.2.1 Uji Normalitas.....	64
4.2.2.2 Uji Multikolinieritas.....	65
4.2.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	66
4.2.2.4 Uji Autokorelasi.....	68
4.2.3 Koefisien Determinasi.....	69
4.2.4 Pengujian Parsial (Uji T).....	71
4.2.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	72
4.2.5.1 Hipotesis.....	73
4.2.6 Pembahasan.....	74
4.2.6.1 Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan.....	74
4.2.6.2 Kajian Islam Terkait Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan.....	75
4.2.6.3 Pengaruh Profitabilitas sebagai Variabel Moderating dalam Hubungan antara <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Nilai <i>Perusahaan</i>	78
4.2.6.4 Kajian Islam Terkait Pengaruh Profitabilitas sebagai Variabel Moderating dalam Hubungan antara <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Nilai <i>Perusahaan</i>	79
BAB V PENUTUP.....	82
5.1 Kesimpulan.....	82
5.2 Saran.....	83
5.3 Batasan penelitian.....	84

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 2.2 Indeks Pengungkapan CSR	22
Tabel 2.3 Pengungkapan Standar Khusus	23
Tabel 3.1 Sampel Penelitian.....	41
Tabel 3.2 Luas Pengungkapan CSR 2013	42
Tabel 3.3 Luas Pengungkapan CSR 2014	43
Tabel 3.4 Luas Pengungkapan CSR 2015	43
Tabel 3.5 Luas Pengungkapan CSR 2016	44
Tabel 4.1 Sampel Penelitian.....	58
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif.....	60
Tabel 4.3 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov.....	64
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinieritas	65
Tabel 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas	67
Tabel 4.6 Keputusan Durbin Watson	68
Tabel 4.7 Hasil Uji Autokorelasi.....	69
Tabel 4.8 Hasil Koefisien Determinasi	70
Tabel 4.9 Hasil Uji T	71
Tabel 4.10 Hasil Regresi Linier Berganda.....	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 KerangkaKonseptual.....	36
Gambar 4.1 Grafik Independent Variable: CSR.....	61
Gambar 4.2Grafik Moderating Variable: ROA	62
Gambar 4.3 Grafik Dependent Variable: Nilai Perusahaan	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Tabel Indeks Pengungkapan CSR Khusus
Lampiran 2	Tabel <i>Dummy</i> Pengungkapan CSR
Lampiran 3	Tabel Luas Pengungkapan CSR
Lampiran 4	Tabel Perhitungan <i>Return on Asset</i> (ROA)
Lampiran 5	Tabel Perhitungan Tobins Q
Lampiran 6	Hasil Uji Output SPSS
Lampiran 7	Bukti Konsultasi
Lampiran 8	Surat Plagiasi
Lampiran 9	Biodata Peneliti

ABSTRAK

Nurma Safitri Rahmanda. 2018. SKRIPSI. Judul:“Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Perusahaan yang Terdaftar dalam Sri-Kehati Index)

Pembimbing : YonaOctiani L, SE., MSA., CSRS., CSRA

Kata Kunci : CSR, Nilai Perusahaan, Profitabilitas

Keberadaan CSR berdampak positif terhadap profitabilitas, termasuk meningkatnya nilai perusahaan. Suatu perusahaan tidak boleh hanya mementingkan keuntungan saja, akan tetapi harus memperhatikan lingkungan dan masyarakat di sekitarnya. Sehingga perusahaan wajib melakukan tanggung jawab yang sesuai dengan konsep 3P (*profit, people, planet*). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas sebagai variabel moderating.

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Populasi yang digunakan adalah perusahaan-perusahaan yang terdaftar dalam Sri-Kehati Index pada tahun 2013-2016. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, sehingga diperoleh 13 perusahaan yang sesuai kriteria sampel yang sudah ditentukan. Metode analisis yang digunakan adalah *Moderated Regression Analysis* (MRA) menggunakan IBM SPSS 24. Dalam penelitian ini variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) diukur menggunakan variabel *Corporate Social Disclosure* (CSD), profitabilitas diukur dengan menggunakan *Return on Asset* (ROA), dan nilai perusahaan menggunakan *Tobin's Q*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. hal ini sesuai dengan teori *triple bottom line*, dimana perusahaan tidak hanya memperhatikan *profit* namun juga mampu memberikan kontribusi kepada masyarakat (*people*)serta ikut aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*). Sementara profitabilitas mampu memperkuat hubungan CSR terhadap nilai perusahaan.

ABSTRACT

NurmaSafitriRahmanda. 2018. THESIS. Title: The Effect of *Corporate Social Responsibility* toward Value of Corporation through Profitability as Moderating Variable (Study in Corporation listed in Sri-Kehati Index)

Advisor : YonaOctiani L, SE., MSA., CSRS., CSRA

Keywords : CSR, Value of Corporation, Profitability

The existence of CRS gives positive effect toward profitability, including the value of corporation. A corporation may not only emphasize the advantages, but also has to observe the environment and society in surroundings. With the result that the corporation must take appropriate responsibility with 3P (profit, people, planet). This study aims to find out the effect of CSR toward the value of corporation through profitability as moderating variable.

This research approach is quantitative by causal associative approach. The used population is corporations listed in Sri-Kehati Index in 2013-2016. The sample data collection technique uses purposive sampling, then obtained 13 corporations appropriate to determined sample criteria. Analysis method used is Moderated Regression Analysis (MRA) using IBM SPSS 24. In this research, the variable of Corporate Social Responsibility (CSR) is measured by using variable of Corporate Social Disclosure (CSD), the profitability using Return on Asset (ROA), and the value of corporation using Tobin's Q .

The study result shows that CSR partially give positive significance toward value of corporation. This matter is appropriate to theory of triple bottom line, which the corporation not only observes the profit but also give contribution to people as well as involving preserving the environment (planet). While the profitability is able to strengthen the CSR relation toward value of corporation.

الملخص

نورما سافيتري رحماندا . 2018 . بحث علمي . تأثير المسؤولية الاجتماعية المشتركة على قيمة الشركة من خلال الربح كمتغير معتدل (دراسة الشركات المدرجة في مؤشر سري كيهاتي)
المشرف: يونا أوكتيانيا ماجستير
الكلمات الرئيسية: المسؤولية الاجتماعية لمشاركة وقيمة الشركة والربح

إن لوجود المسؤولية الاجتماعية المشتركة تأثيرا إيجابيا على الربح وهو زيادة قيمة الشركة. يجب على الشركة أن تهتم بالبيئة والمجتمع حولها. ولذا يجب على الشركة أن تؤدي المسؤوليات موافقة على 3P (الربح والناس والبيئة). و يهدف هذا البحث لمعرفة تأثير المسؤولية الاجتماعية المشتركة على قيمة الشركة من خلال الربح كمتغير معتدل

هذا البحث بحث كمي بمنهجه الارتباط السببي. وعيناته المستخدمة الشركات المدرجة في سري كيهاتي السنة 2013-2016. وكانت طريقة أخذها مستخدمة أخذ العينات المتعمدة حيث يحصل على 13 شركة تناسب معايير العينات. وكانت طريقة تحليلها المستخدمة تحليل الانحدار المعتدل (Moderated Regression Analysis) باستخدام SPSS IBM 24. وفي هذا البحث كان متغير المسؤولية الاجتماعية المشتركة (Corporate Social Disclosure) يقاس باستخدام متغير المناقشة الاجتماعية المشتركة (Corporate Social Disclosure)، ويقاس الربح من خلال العائد على الأصول (ROA) وقيمة الشركات مستخدمة *Tobin's Q*.

وتدل نتائج البحث على أن للمسؤولية الاجتماعية المشتركة تأثيرا إيجابيا على على قيمة الشركة ملحوظا. وهذا الحال وفقا لنظرية *triple bottom line* حيث أن الشركة لا تهتم بالربح فقط بل بالمساعدة على المجتمع ومشاركتها في الحفاظ على البيئة. وأما الربح فقدرة على تعزيز علاقة المسؤولية الاجتماعية المشتركة بقيمة الشركة.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini dunia bisnis mengalami perkembangan yang sangatlah pesat serta persaingan yang begitu ketat. Saat perusahaan semakin berkembang, maka tingkat kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan pun semakin tinggi karena adanya aktivitas perusahaan yang tidak terkendali terhadap berbagai sumber daya untuk meningkatkan laba perusahaan.

Pengeksploitasian sumber daya alam dan masyarakat sosial tidak terkendalikan yang dilakukan perusahaan mengakibatkan kerusakan lingkungan alam yang pada akhirnya mengganggu kehidupan manusia. Para pemilik modal, yang hanya berorientasi pada laba material, telah merusak keseimbangan kehidupan dengan cara menstimulasi pengembangan potensi ekonomi yang dimiliki manusia secara berlebihan yang tidak memberi kontribusi bagi peningkatan kemakmuran mereka tetapi justru menjadikan mereka mengalami penurunan kondisi sosial. Tanggung jawab perusahaan tidak hanya kepada para shareholder, tetapi juga kepada pihak-pihak yang memiliki kepentingan dengan perusahaan, seperti pelanggan, pemilik atau investor, supplier, komunitas dan juga pesaing (Rika dan Islahuddin, 2008).

Permasalahan ekonomi dan sosial, pemanasan bumi, globalisasi, perkembangan teknologi informasi, dan maraknya iklim demokrasi yang terlalu pesat, mendorong peningkatan kebutuhan masyarakat terhadap tanggung jawab

sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility - CSR*). *Corporate Social Responsibility (CSR)* menurut McWilliams dan Siegel (2001) didefinisikan sebagai aksi yang muncul sebagai lanjutan dari tindakan sosial, melebihi kepentingan perusahaan dan yang diwajibkan oleh hukum. Di Indonesia tanggung jawab sosial perusahaan sudah diwajibkan oleh hukum. Hal ini tercantum dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) yang disahkan pada tanggal 20 Juli 2007 tentang Perseroan Terbatas yang mengatur kewajiban perusahaan untuk melakukan CSR. Kewajiban untuk melakukan tanggung jawab sosial kini bukan lagi menjadi suatu beban bagi perusahaan, karena banyak manfaat yang dapat diperoleh perusahaan dari aktivitas CSR. Perkembangan terkini menunjukkan banyak perusahaan yang mengembangkan CSR dan penerapannya tidak lagi diakui sebagai cost, melainkan sebagai suatu investasi. Hal ini yang menyebabkan CSR masih menjadi salah satu topik yang selalu hangat dan aktual untuk dibahas dalam berbagai penelitian baik berupa jurnal, skripsi, artikel maupun simposium nasional. Menurut Lindgreen dan Swaen (2010)

CSR sudah lama menjadi perhatian masyarakat Internasional. Ditunjukkan dengan adanya beberapa upaya yang dilakukan di tingkat internasional dalam menjabarkan dan menerapkan konsep sustainable CSR (Lindrawati et, al., 2008). *New York Stock Exchange* memiliki *Dow Jones Sustainability Index (DJSI)* bagi saham-saham perusahaan yang dikategorikan memiliki nilai *corporate sustainability* dengan salah satu kriterianya adalah praktik CSR. Begitu pula *London Stock Exchange* yang memiliki *Sosially Responsible Investment (SRI)*

Index dan Financial Times Stock Exchange (FTSE) yang memiliki FTSE4Good sejak 2001 (Nurlela dan Islahuddin, 2008).

Indonesia pula mengalami hal serupa. CSR yang awalnya hanya sekedar bersifat filantropis kini berkembang menjadi kewajiban yang diatur dalam Pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 Tahun 2009 (UU PT No 40 Tahun 2009). Hal ini disebabkan adanya kegiatan perusahaan yang berhubungan langsung dengan para *stakeholders*-nya sehingga unsur *People* dari *Tri Bottom Line* yang ada harus menempati posisi pertama karena untuk manusia semua hasil alam ini. Perusahaan yang dahulu menempatkan keuntungan (*profit*) pada urutan pertama harus merubah paradigmanya. Keuntungan yang berlimpah tanpa memberi manfaat (*benefit*) pada masyarakat sekitarnya, pada akhirnya akan terjerumus ke dalam kerugian (karena konflik dengan masyarakat yang berkepanjangan, perusakan asset perusahaan, dll) (Gunawan,2008).

Sanksi pidana mengenai pelanggaran CSR pun terdapat didalam 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” (Sutopoyudo, 2009).

Standart pelaporan berkelanjutan yang membantu organisasi untuk menetapkan tujuan, mengukur kinerja, dan mengelola perubahan dalam rangka membuat operasi berkelanjutan, dalam upaya mewujudkannya GRI membuat laporan yang abstrak menjadi nyata dan konkret sangat diperlukan dalam pengungkapan CSR, sehingga membantu dalam pemahaman dan pengelolaan dampak dari pengembangan keberlanjutan terhadap kegiatan dan strategi organisasi.

ISO 14010, ISO 14011, ISO 14012 dan ISO 26000 menetapkan standar untuk menilai dampak lingkungan, sedangkan OHSAS 18001 menetapkan sistem manajemen risiko kesehatan dan keselamatan. Untuk penilaian dampak sosial yang diciptakan oleh organisasi pelapor, standar GRI diciptakan menurut praktek perburuhan internasional dan dampak lingkungan dengan melakukan audit independen.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan salah satu alasan suatu manajemen dalam upaya strategi bisnis suatu perusahaan. Meskipun belum bersifat *mandatory*, tetapi dapat dikatakan bahwa hampir semua perusahaan yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia sudah mengungkapkan CSR dalam laporan tahunannya. Dari segi perspektif ekonomi, perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang melalui CSR.

Konsep tersebut menunjukkan bahwa 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 dan masyarakat secara lebih luas. Perusahaan dalam perkembangannya akan selalu berupaya untuk mempertahankan keunggulan bisnisnya dalam meningkatkan nilai perusahaan. Fama dan French (dalam Arik, 2013) menyatakan bahwa optimalisasi perusahaan yang merupakan tujuan perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan fungsi manajemen keuangan, dimana suatu keputusan yang diambil akan mempengaruhi keputusan keuangan lainnya dan berdampak pada nilai perusahaan. Nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran bagi pemegang saham secara maksimum apabila harga saham meningkat. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula kemakmuran pemegang saham. *Enterprise value* (EV) atau dikenal juga sebagai *firm value* nilai perusahaan) merupakan konsep penting bagi investor, karena indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan (Nurlela dan Islahuddin, 2008).

Nilai perusahaan dalam penelitian ini diukur menggunakan Tobins Q karena informasi yang diberikan oleh Tobins Q dinilai paling baik. Tobins Q menunjukkan bahwa perusahaan tidak berfokus pada investor dalam bentuk saham saja (Rosiana, *et al.* 2013). Perusahaan yang memiliki Tobins Q dengan nilai yang semakin tinggi menunjukkan bahwa prospek pertumbuhan perusahaan semakin baik, karena investor akan mengeluarkan pengorbanan yang lebih untuk perusahaan yang memiliki nilai asset pasar yang lebih besar dari nilai bukunya. Apabila Q lebih kecil dari 1, berarti investasi dalam aktiva tidak menarik (Herawaty, 2008).

Selain pengungkapan CSR, peneliti juga menerapkan Profitabilitas sebagai variabel pemoderasi. Secara teoritis semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dicapai perusahaan maka semakin kuat pula hubungan pengungkapan sosial dengan nilai perusahaan (Kusumadilaga, 2010). Calon investor dalam pengambilan keputusan investasi akan mempertimbangkan profitabilitas yang dicapai oleh perusahaan disamping kinerja dan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan. Sehingga hal ini pada akhirnya diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan (harga saham tinggi) karena banyaknya permintaan investasi saham para investor atas keputusan investasi di perusahaan (Frihatni,2014) dalam (Hesty, 2015).

Ramadhan Kurnia Hadi (2015) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri dan Kimia yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sector manufaktur sector industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hal ini berarti jika tidak ada pengungkapan CSR maka akan turut serta menurunkan nilai perusahaan.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating, menyatakan bahwa CSR berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan, dapat dikatakan bahwa besar kecilnya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan mempengaruhi tinggi rendahnya nilai perusahaan. Penelitian Indri Suryani ini turut mendukung

penelitian Ramadhan Kurnia Hadi (2015). Gusti Ayu Rosiana (2013) dan Andika Permana (2014) dalam penelitiannya menyatakan bahwa secara serempak CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas mampu memperkuat pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.

Uji penelitian yang dilakukan Rimba Kusumadilaga (2010) yang berjudul *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating* studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia menyatakan bahwa variabel CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas sebagai variabel moderating tidak dapat mempengaruhi hubungan CSR dan nilai perusahaan.

Perbedaan lain dengan penelitian sebelumnya adalah digunakannya standart GRI 4.1 (*Global Reporting Initiative*) didalam mengukur pengungkapan sosial dalam penelitian ini. Alasan digunakannya standart GRI 4.1 dalam penelitian ini karena pengungkapan yang terdapat dalam GRI bersifat internasional dan bisa digunakan untuk berbagai macam sektor dan ukuran perusahaan. Uji penelitian ini menggunakan dasar dari penelitian-penelitian terdahulu maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi dengan menggunakan standart GRI 4.1. Sehingga dapat mempengaruhi keputusan investor dalam investasi. Penelitian ini dilakukan untuk melihat konsistensi serta memperjelas penelitian-penelitian sebelumnya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian tersebut maka permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* mempengaruhi nilai perusahaan ?
2. Apakah Profitabilitas memperkuat pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan ?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui :

1. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* mempengaruhi nilai perusahaan.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas perusahaan sebagai variabel moderating.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat/kegunaan antara lain:

1. Mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* mempengaruhi nilai perusahaan.
2. Mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas perusahaan sebagai variabel moderating.

1.4 Batasan Penelitian

Penelitian ini dibatasi pada nilai perusahaan sebagai variabel dependen yang diukur dengan *Return on Asset* (ROA). Pengungkapan CSR diharapkan mampu berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Adapun objek penelitian ini juga dibatasi hanya pada perusahaan yang terdaftar pada Index Sri-Kehati dan mengungkapkan CSR pada laporan tahunan perusahaan pada periode 2013-2016. Peneliti melakukan penelitian pada indeks Sri-Kehati karena pada dasarnya perusahaan-perusahaan pada indeks Sri-Kehati erat hubungannya dengan sosial dan lingkungan sekitar atau perusahaan yang memiliki hubungan baik dengan *stakeholders*, sehingga tidak jarang perusahaan ini melakukan CSR.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Hasil Penelitian Terdahulu

Ramadhan Kurnia (2015) menyimpulkan bahwa dalam pengungkapan CSR terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*(CSR) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Dapat disimpulkan jika tidak ada pengungkapan CSR maka akan turut serta menurunkan nilai perusahaan.

Didukung dengan pendapat Gusti Ayu(2013), Andhika (2014) dan Hesty (2015) yang mengatakan bahwa variabel penungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. hal ini sesuai dengan toeri *stakeholder* yang menyatakan pengoprasian perusahaan tidak hanya untuk kepentingan pribadi namun juga untuk memberikan manfaat untuk para *stakeholdernya*, sedangkan profitabilitas juga mampu memoderasi/ memperkuat pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan. Seperti pendapat yang diungkapkan Heinxe (1976) dalam Hackstone dan Milne (1996) bahwa profitabilitas merupakan faktor yang menjadikan manajemen lebih bebas dan fleksibel dalam pengungkapan CSR kepada *shareholder* dan *stakeholder*.

Berbeda dengan Ira Agustine (2014), Vinki (2017) dan Zuhro Saedah (2015) yang menyatakan pendapat bahwa CSR tidak memberikan pengaruh

signifikan terhadap nilai perusahaan, namun secara serempak CSR, prosentase kepemilikan manajemen, dan interaksi antara CSR dan ROA berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dikuatkan pula dengan pernyataan interaksi antara CSR dan profitabilitas (ROA) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dalam penelitian pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan.

Dalam penelitian Vinki (2017), Andhika (2014) dan Hesty (2015) bahwa hasil penelitian terhadap pengaruh profitabilitas pada CSR dan nilai perusahaan menyimpulkan bahwa profitabilitas mampu mempengaruhi secara signifikan. Dengan kata lain semakin tinggi profitabilitas sebuah perusahaan maka akan meningkat pula nilai perusahaan tersebut.

Berbeda dengan hasil penelitian diatas Zuhroh (2015), Rimba (2010) dan Indri (2014) menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh dalam penelitian profitabilitas terhadap CSR dan nilai perusahaan.

Perbedaan pendapat pada penelitian-penelitian terdahulu selengkapnya dapat dilihat di tabel 2.1 berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel dan Indikator/ Fokus Penelitian	Metode/Analisis Data	Hasil Penelitian
1.	Ramadhan Kurnia Hadi (2015), Pengaruh	Pengungkapan <i>corporate</i> sosial <i>responsibility</i> (CSR)	Data-data yang digunakan penelitian ini merupakan data	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh secara positif

	Pengungkapan <i>Corporate Sosial Responsibility</i> (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri dan Kimia yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	sebagai variabel independen dan nilai perusahaan sebagai variabel dependen.	sekunder berjumlah 61 perusahaan. Besar sampel ditentukan dengan menggunakan tehnik random sampling. Data di analisis dengan menggunakan regresi sederhana.	dan signifikan (nyata) terhadap nilai perusahaan. Jika tidak ada pengungkapan CSR maka akan menurunkan nilai perusahaan.
2.	Gusti Ayu; Gede; Maria M.(2013), Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi	CSR sebagai variabel independen, nilai perusahaan sebagai variabel dependen, dan menggunakan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi.	37,6% diolah dengan menggunakan teknik regresi linier berganda dan sebesar 77,8% yang diolah dengan menggunakan teknik Moderated Regression Analysis.	Hasil analisis menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas mampu memperkuat pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.
3.	Vinki Permata Sari (2017), pengaruh <i>Corporate Sosial Responsibility</i> terhadap perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating	CSR sebagai variabel independen, nilai perusahaan sebagai variabel dependen dengan metode Tobins Q, dan menggunakan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi dengan metode ROA.	Analisis regresi berganda untuk variabel CSR terhadap nilai perusahaan dan uji interaksi atau MRA untuk pengaruh variabel moderasi profitabilitas terhadap hubungan CSR terhadap nilai perusahaan.	Hasil analisis menunjukan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan signifikansi sebesar 0,738 ($> 0,05$), dan hasil analisis regresi linier berganda dengan uji t terkait profitabilitas memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi sebesar -8,639 ($< 0,05$).
4.	Hesty Mey Lestari (2015), Pengaruh <i>Corporate Sosial Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas	CSR sebagai variabel independen, nilai perusahaan sebagai variabel dependen dengan metode Tobins Q, dan menggunakan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi	Uji interaksi atau sering disebut dengan <i>Moderated Regression Analysis</i> (MRA)	Pengujian pengaruh CSR menghasilkan pengaruh parsial dalam CSR terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$) dan hipotesis kedua menyatakan profitabilitas berpengaruh terhadap hubungan CSR dengan nilai perusahaan dengan nilai

	Sebagai Variabel Pemoderasi	dengan metode ROE.		signifikansi sebesar 0,004 (< 0,05).
5.	Larasati Lathifah Faza (2014), Pengaruh <i>Corporate Sosial Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating	CSR sebagai variabel independen, nilai perusahaan sebagai variabel dependen dengan metode Tobins Q, dan menggunakan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi dengan metode ROA, ROE dan NMP.	Metode analisis penelitian ini adalah analisis regresi sederhana dan analisis regresi berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. ROA dan ROE sebagai variabel moderating mempengaruhi hubungan pengaruh CSR dan nilai perusahaan, sedangkan NPM berpengaruh negatif.
6.	Indri Suryani (2014), Pengaruh <i>Corporate Sosial Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating	CSR sebagai variabel independen, nilai perusahaan sebagai variabel dependen dengan metode Tobins Q, dan menggunakan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi dengan metode ROA.	Metode analisis pada penelitian ini adalah analisis regresi sederhana dan analisis regresi berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas sebagai variabel moderating dapat mempengaruhi hubungan pengungkapan CSR dan nilai perusahaan
7.	Andhika Permana Putra (2014), Pengaruh <i>Corporate Sosial Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating	CSR sebagai variabel independen, nilai perusahaan sebagai variabel dependen dengan metode Tobins Q, dan menggunakan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi dengan metode ROE.	Uji interaksi atau sering disebut dengan <i>Moderated Regression Analysis</i> (MRA)	Hasil penelitian dengan regresi linier berganda menunjukkan bahwa CSR berpengaruh pada nilai perusahaan, dan analisis dengan metode uji interaksi MRA menunjukkan bahwa profitabilitas memoderasi pengaruh CSR pada nilai perusahaan
8.	Rimba Kusumadilaga (2010), Pengaruh <i>Corporate Sosial Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating(Studi	<i>Corporate Sosial Responsibility</i> sebagai variabel independen, Profitabilitas sebagai variabel moderating, dan Nilai Perusahaan sebagai variabel dependen.	Metode analisis pada penelitian ini adalah analisis regresi sederhana dan analisis regresi berganda.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas sebagai variabel moderating tidak dapat mempengaruhi hubungan pengungkapan CSR dan nilai perusahaan. Terdapat perbedaan luas

	Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)			pengungkapan CSR periode sebelum dan sesudah berlakunya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.
9.	Ira Agustine(2014), Pengaruh <i>Corporate Sosial Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan.	Nilai perusahaan sebagai variable moderating, prosentase kepemilikan manajemen dan profitabilitas untuk menguatkan hubungan variabel independen dan dependennya.	Teknik analisa data yang dilakukan adalah Regresi Linear Berganda dengan menggunakan bantuan program SPSS 17 dengan terlebih dahulu melakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, heterokedastisitas, multikolinearitas, dan autokorelasi, sebelum dilakukan pengujian persamaan regresi	Prosentase kepemilikan manajemen dan profitabilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Prosentase kepemilikan manajemen dan profitabilitas sebagai variabel moderating mampu mempengaruhi hubungan CSR dengan nilai perusahaan. Secara serempak CSR, prosentase kepemilikan manajemen, profitabilitas, interaksi antara CSR dan prosentase kepemilikan manajemen, dan interaksi antara CSR dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
10.	Zuhroh Saedah(2015), Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating (Studi pada Perusahaan Manufaktur di BEI Periode Tahun 2011-2013)	<i>Corporate Sosial Responsibility</i> sebagai variabel independen, Profitabilitas sebagai variabel moderating, dan Nilai Perusahaan sebagai variabel dependen.	Metode analisis pada penelitian ini adalah analisis regresi sederhana dan analisis regresi berganda.	Variabel CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Variabel profitabilitas sebagai variabel moderating tidak dapat mempengaruhi hubungan CSR dan nilai perusahaan.
11.	Arik Novia Handriyani (2013), Pengaruh <i>Corporate Sosial Responsibility</i> Terhadap Nilai	<i>Corporate Sosial Responsibility</i> sebagai variabel independen, Profitabilitas sebagai variabel moderating,	Metode analisis pada penelitian ini adalah analisis regresi sederhana dan analisis regresi	CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas tidak mampu memoderasi hubungan CSR terhadap nilai perusahaan. CSR tidak dapat

	Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating	dan Nilai Perusahaan sebagai variabel dependen.	berganda.	meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan tinggi, dan sebaliknya CSR juga tidak dapat menurunkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan rendah.
--	--	---	-----------	---

Dari penjabaran diatas dapat disimpulkan bahwa penelitian-penelitian terdahulu menggunakan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel independen. Analisis yang digunakan kebanyakan dengan analisis regresi linier berganda.

Berpedoman dengan penelitian sebelumnya, variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility. Moderating Regression Analysis (MRA)* adalah metode analisis yang digunakan dengan adanya variabel mediator, yaitu profitabilitas.

2.2. Kajian Teori

2.2.1. Teori *Stakeholder*

Perusahaan tidak hanya sekedar bertanggungjawab kepada para pemilik sebagaimana terjadi selama ini, namun bergeser menjadi lebih luas yaitu sampai ranah sosial kemasyarakatan, selanjutnya disebut tanggungjawab sosial. Fenomena seperti itu terjadi karena adanya tuntutan dari masyarakat akibat *negative externalities* yang timbul serta ketimpangan sosial yang terjadi. Untuk itu, tanggung jawab perusahaan yang semula hanya diukur sebatas indikator ekonomi

dalam laporan keuangan, kini harus bergeser dengan memperhitungkan faktor-faktor sosial terhadap *stakeholder*, baik internal maupun eksternal.

Stakeholder merupakan individu, komunitas, atau seluruh masyarakat baik secara keseluruhan maupun secara parsial yang memiliki hubungan serta kepentingan terhadap perusahaan. *Stakeholder* merupakan semua pihak yang keberadaannya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan, seperti: karyawan, masyarakat, perusahaan pesaing dan pemerintah (Purwanto, 2011).

Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah suatu entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan. *Stakeholder* merupakan semua pihak, internal maupun eksternal, yang dapat mempengaruhi ataupun dipengaruhi oleh perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung (Hadi, 2011). Pada dasarnya teori *stakeholder* mendasarkan diri pada asumsi: (1) perusahaan memiliki hubungan dengan banyak kelompok-kelompok konstituen (*stakeholder*) yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh keputusan perusahaan, (2) Teori ini ditekankan pada sifat alami hubungan dalam proses dan keluaran bagi perusahaan dan *stakeholder*-nya, (3) Kepentingan semua legitimasi *stakeholder* memiliki nilai secara hakiki, dan tidak membentuk kepentingan yang didominasi satu sama lain, (4) Teori ini memfokuskan pada pengambilan keputusan manajerial.

Stakeholder theory mengasumsikan bahwa, maka perusahaan tidak dapat terlepas diri dari lingkungan sosial. Perusahaan perlu menjaga legitimasi *stakeholder* serta mendudukannya dalam kerangka kebijakan dan pengambilan keputusan, sehingga dapat mendukung pencapaian tujuan perusahaan, yaitu stabilitas usaha dan jaminan *going concern* (Ardianto dan Machfudz, 2011).

Pemegang saham yang mempunyai hak terhadap tindakan-tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan, *stakeholder* juga mempunyai hak terhadap perusahaan. (Waryanti, 2009) *Stakeholder* pada dasarnya dapat mengendalikan atau memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pemakaian sumber-sumber ekonomi yang digunakan perusahaan. Oleh karena itu power *stakeholder* ditentukan oleh besar kecilnya power yang dimiliki *stakeholder* atas sumber tersebut (Ghozali dan Chariri, 2007) dalam (Rimba Kusumadilaga, 2010). Power tersebut dapat berupa kemampuan untuk membatasi pemakaian sumber ekonomi yang terbatas (modal dan tenaga kerja), akses terhadap media yang berpengaruh, kemampuan untuk mengatur perusahaan, atau kemampuan untuk mempengaruhi konsumsi atas barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan. Akibat dari kurangnya perhatian terhadap *stakeholder* adalah rendahnya tingkat pengungkapan informasi sosial dan rendahnya kinerja sosial perusahaan (Ullman, 1985 dalam Ghozali dan Chariri, 2007 dalam Kusumadilaga, 2010).

2.2.2. Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan komitmen berkelanjutan dari suatu perusahaan untuk bertanggung jawab secara ekonomi, legal dan etis

terhadap dampak-dampak dari tindakan ekonominya terhadap komunitas masyarakat dan lingkungan serta proaktif melakukan upaya-upaya berkelanjutan untuk mencegah potensi-potensi dampak negatif bagi masyarakat dan lingkungan serta meningkatkan kualitas sosial dan lingkungan atau tanggung jawab sosial dan lingkungan (Lako, 2010).

Konsep CSR muncul disebabkan oleh apakah perusahaan memiliki kewajiban untuk bertanggung jawab kepada pemangku kepentingan, seperti pelanggan, pemegang saham, karyawan pemasok dan masyarakat (Yang, 2010). Mujahid and Abdullah (2014) juga mendefinisikan konsep CSR sebagai suatu kegiatan perusahaan untuk membangun hubungan yang efektif antara lingkungan bisnis dan masyarakat sekitar. Menurut Cheng dan Yulius (2011), aktivitas CSR dapat memberikan banyak manfaat, seperti: dapat meningkatkan citra dan daya tarik perusahaan di mata investor serta analisis keuangan penjualan, dapat menunjukkan *brand positioning*, dan dapat meningkatkan penjualan dan *market share*. Pengungkapan CSR merupakan proses pemberian informasi kepada kelompok yang berkepentingan tentang aktivitas perusahaan serta dampaknya terhadap sosial dan lingkungan (Mathews, 1995) dalam (Rosiana, 2013).

CSR merupakan suatu pengembangan konsep yang dikemukakan oleh John Elkington pada tahun 1997, yaitu "*The Triple Bottom Line*". Dalam konsep tersebut dinyatakan bahwa agar perusahaan dapat mempertahankan keberlangsungannya maka perlu memperhatikan 3P, yaitu tidak hanya *profit*, namun juga mampu memberikan kontribusi kepada masyarakat (*people*) serta ikut aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).

Perusahaan bisa dikelompokkan ke dalam beberapa kategori terkait dalam melaksanakan CSR. Meskipun cenderung menyederhanakan realitas, tipologi ini menggambarkan kemampuan dan komitmen perusahaan dalam menjalankan CSR. Pengkategorian dapat memotivasi perusahaan dalam mengembangkan program CSR, dan dapat pula dijadikan cermin dan *guideline* untuk menentukan model CSR yang tepat. Pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan umumnya bersifat *voluntary* (sukarela), *unaudit* (belum diaudit), dan *unregulated* (tidak dipengaruhi oleh peraturan tertentu).

Darwin (2004) dalam (Rimba Kusumadilaga, 2010) mengatakan bahwa *Corporate social responsibility* terbagi menjadi 3 kategori yaitu kinerja ekonomi, kinerja lingkungan dan kinerja sosial. Sedangkan dalam penelitian ini mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan pelaporan sosial perusahaan berdasarkan standar GRI (*Global Reporting Initiative*). *Global Reporting Initiative* (GRI) adalah sebuah jaringan berbasis organisasi standar internasional independen yang membantu bisnis, pemerintah dan organisasi lainnya memahami dan berkomunikasi dampaknya terhadap isu-isu seperti perubahan iklim, hak asasi manusia dan korupsi. Pada tahun 2015, 7.500 organisasi digunakan Pedoman GRI untuk laporan keberlanjutan. Pedoman GRI berlaku untuk organisasi multinasional, lembaga-lembaga publik, perusahaan-perusahaan kecil dan menengah, LSM, kelompok industri dan lain-lain. Untuk pemerintah kota, mereka umumnya telah dimasukkan oleh pedoman yang sama dari ICLEI PBB. (www.globalreporting.org).

Mengungkapkan CSR, perusahaan tentu harus memiliki prinsip-prinsip yang melandasi konten laporan CSR. Pedoman pelaporan keberlanjutan yang

dikeluarkan oleh *Global Reporting Initiative* (GRI) menjelaskan bahwa prinsip-prinsip tersebut dirancang untuk digunakan secara bersamaan guna menentukan konten laporan. Prinsip-prinsip tersebut ialah :

a. Pelibatan Pemangku Kepentingan

Perusahaan harus mengidentifikasi para pemangku kepentingannya, dan menjelaskan bagaimana perusahaan telah menanggapi harapan dan kepentingan wajar dari mereka yang berinvestasi di perusahaan serta mereka yang memiliki hubungan dalam bentuk lain dengan perusahaan. Harapan dan kepentingan yang wajar dari pemangku kepentingan merupakan acuan utama dalam banyak pengambilan keputusan dalam menyiapkan laporan.

b. Konteks Keberlanjutan

Laporan harus menyajikan kinerja perusahaan dalam konteks keberlanjutan yang luas. Informasi mengenai kinerja harus disampaikan sesuai konteks. Pertanyaan yang mendasari pelaporan keberlanjutan adalah bagaimana sebuah organisasi berkontribusi, atau bertujuan untuk memberikan kontribusi di masa mendatang terhadap peningkatan atau penurunan kondisi, pengembangan, ekonomi, lingkungan serta sosial.

c. Materialitas

Laporan harus mencakup aspek yang mencerminkan dampak ekonomi, lingkungan, dan sosial yang signifikan, atau secara substansial mempengaruhi asesmen dan keputusan pemangku kepentingan. Perusahaan dihadapkan dengan

beragam topik yang dapat mereka laporkan. Topik yang relevan adalah yang secara wajar dapat dianggap penting untuk mencerminkan dampak ekonomi, lingkungan dan sosial perusahaan atau mempengaruhi keputusan kepentingan.

d. Kelengkapan

Laporan harus berisi cakupan aspek material dan *boundary*, cukup untuk mencerminkan dampak ekonomi, lingkungan dan sosial yang signifikan, serta untuk memungkinkan pemangku kepentingan dapat menilai kinerja perusahaan dalam periode pelaporan.

Badan yang aktif mengeluarkan pedoman bagi perusahaan terkait pengungkapan lingkungan hidup adalah *Global Reporting Initiative* (GRI). Standart GRI dipilih karena lebih memfokuskan pada standart pengungkapan sebagai kinerja ekonomi, sosial dan lingkungan perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas dan pemanfaatan *sustainability reporting* (www.globalreporting.org).

Standart GRI kini memiliki versi terbaru, yaitu G4 telah banyak digunakan oleh perusahaan di Indonesia. GRI-G4 menyediakan kerangka kerja yang relevan secara global untuk mendukung pendekatan terstandarisasi dalam pelaporan yang mendorong tingkat transparansi dan konsistensi yang diperlukan untuk membuat informasi yang disampaikan menjadi berguna dan dapat dipercaya oleh pasar dan masyarakat. Fitur yang ada di GRI-G4 menjadikan pedoman ini lebih mudah digunakan baik bagi pelapor yang berpengalaman dan bagi mereka yang baru dalam pelaporan berkelanjutan sector apapun dan didukung oleh bahan-bahan dan layanan GRI lainnya (www.globalreporting.org).

GRI-G4 juga menyediakan panduan mengenai bagaimana menyajikan pengungkapan keberlanjutan dalam format yang berbeda, dalam standart GRI 4.1 terdapat dua opsi dalam menyajikan standart pengungkapan CSR, dua opsi tersebut adalah *core* dan *comprehensive*. Dalam penelitian ini digunakannya opsi *core*, opsi ini memiliki elemen-elemen penting dari laporan keberlanjutan dan memberikan latar belakang yang menjadi dasar sebuah organisasi mengkomunikasikan kinerja dan dampak ekonomi, lingkungan, sosial, serta tata kelolanya. Pelaporan tentang pengungkapan pendekatan manajemen (DMA) yang terkait dengan aspek-aspek materialnya merupakan syarat penting. Pada opsi inti, sebuah organisasi harus melaporkan setidaknya satu indikator untuk semua aspek material yang diidentifikasi.

Indikator dibagi menjadi 3 komponen utama, yaitu ekonomi, lingkungan hidup dan sosial yang mencakup hak asasi manusia, praktek ketenagakerjaan dan lingkungan kerja, tanggung jawab produk dan masyarakat. CSR memiliki beberapa jenis item pengungkapan yang bisa dijadikan sebagai alat ukur pengungkapan CSR suatu perusahaan. Pada pelaporan pedoman GRI 4.1 terdapat 171 item yang terdapat dalam pengungkapan standar yang diwajibkan yakni pengungkapan standar umum dan pengungkapan standar khusus. Berikut item pengungkapan GRI yang dapat di unduh di www.globalreporting.org dan sudah diterjemahkan dalam bahasa Indonesia :

Tabel 2.2
Indeks Pengungkapan CSR

Pengungkapan Standar Umum

Strategi dan Analisis	G4-1
Profil Organisasi	G4-3 sampai G4-16
Aspek Material dan <i>Boundary</i> Teridentifikasi	G4-17 sampai G4-23
Hubungan dengan Pemangku Kepentingan	G4-24 sampai G4-27
Profil Laporan	G4-28 sampai G4-33
Tata Kelola	G4-34
Etika dan Integritas	G4-56
Pengungkapan Standar Khusus	
Pengungkapan Pendekatan Manajemen Generik	Khusus untuk aspek material
Indikator	Setidaknya satu indikator yang terkait dengan aspek material yang teridentifikasi

Tabel 2.3
Pengungkapan Standar Khusus

Indikator Kinerja Ekonomi	
Aspek Kinerja Ekonomi	
G4-EC1	Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan
G4-EC2	Implikasi finansial dan risiko serta peluang lainnya kepada kegiatan organisasi karena perubahan iklim
G4-EC3	Cakupan kewajiban organisasi atas program imbalan pasti
G4-EC4	Bantuan finansial yang diterima dari pemerintah
Aspek Keberadaan Pasar	
G4-EC5	Rasio upah standart pegawai pemula (entry level) menurut gender dibandingkan dengan upah minimum regional di lokasi-lokasi operasional yang signifikan
G4-EC6	Perbandingan manajemen senior yang dipekerjakan dari masyarakat local di lokasi operasi yang signifikan
Aspek Dampak Ekonomi Tidak Langsung	

G4-EC7	Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur dan jasa yang diberikan
G4-EC8	Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk besarnya dampak
Aspek Praktik Pengadaan	
G4-EC9	Perbandingan pembelian dari pemasok lokal di lokasi operasional yang signifikan
Indikator Kinerja Lingkungan	
Aspek Bahan	
G4-EN1	Bahan yang digunakan berdasarkan berat atau volume
G4-EN2	Persentase bahan yang digunakan yang merupakan bahan input daur ulang
Aspek Energi	
G4-EN3	Konsumsi energi dalam organisasi
G4-EN4	Konsumsi energi di luar organisasi
G4-EN5	Intensitas energy
G4-EN6	Pengurangan konsumsi energi
G4-EN7	Pengurangan kebutuhan energi pada produk dan jasa
Aspek Air	
G4-EN8	Total pengambilan air berdasarkan sumber
G4-EN9	Sumber air yang secara signifikan dipengaruhi oleh pengambilan air
G4-EN10	Persentase dan total volume air yang didaur ulang dan digunakan kembali
Aspek Keanekaragaman Hayati	
G4-EN11	Lokasi-lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola di dalam, atau yang berdekatan dengan kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi diluar kawasan lindung
G4-EN12	Uraian dampak signifikan kegiatan, produk, dan jasa terhadap keanekaragaman hayati di kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi di luar kawasan lindung
G4-EN13	Habitat yang dilindungi dan dipulihkan
G4-EN14	Jumlah total spesies dalam <i>IUCN red list</i> dan spesies dalam daftar spesies yang dilindungi nasional dengan habitat di tempat yang dipengaruhi operasional, berdasarkan tingkat risiko kepunahan

Aspek Emisi	
G4-EN15	Emisi gas rumah kaca (GRK) langsung (cakupan 1)
G4-EN16	Emisi gas rumah kaca (GRK) energi tidak langsung (cakupan 2)
G4-EN17	Emisi gas rumah kaca (GRC) tidak langsung lainnya (cakupan 3)
G4-EN18	Intensitas emisi gas rumah kaca (GRC)
G4-EN19	Pengurangan emisi gas rumah kaca (GRC)
G4-EN20	Emisi bahan perusak ozon (BPO)
G4-EN21	NO, SO dan emisi udara signifikan lainnya
Aspek Efluen dan Limbah	
G4-EN22	Total air yang dibuang berdasarkan kualitas dan tujuan
G4-EN23	Bobot total limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan
G4-EN24	Jumlah dan volume total tumpahan signifikan
G4-EN25	Bobot limbah yang dianggap berbahaya menurut ketentuan konvensi basel ² yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah dan persentase limbah yang diangkut untuk pengiriman internasional
G4-EN26	Identitas, ukuran, status lindung, dan nilai keanekaragaman hayati dari badan air dan habitat terkait yang secara signifikan terkena dampak dari air buangan dan limpasan dari organisasi
Produk dan Jasa	
G4-EN27	Tingkat mitigasi dampak terhadap lingkungan produk dan jasa
G4-EN28	Persentase produk yang terjual dan kemasannya yang direklamasi menurut kategori
Aspek Kepatuhan	
G4-EN29	Nilai moneter denda signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter karena ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan lingkungan
Aspek Transportasi	
G4-EN30	Dampak lingkungan signifikan dari pengangkutan produk dan barang lain serta bahan untuk operasional organisasi dan pengangkutan tenaga kerja
Aspek Lain-lain	
G4-EN31	Total pengeluaran dan investasi perlindungan lingkungan berdasarkan jenis

Aspek Asesmen Pemasok atas Lingkungan	
G4-EN32	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria lingkungan
G4-EN33	Dampak lingkungan negative signifikan aktual dan potensial dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
Aspek Mekanisme Pengaduan Masalah Lingkungan	
G4-EN34	Jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
Indikator Kinerja Sosial	
Sub-indikator : Praktik Ketenagakerjaan dan Kenyamanan Bekerja	
Aspek Kepegawaian	
G4-LA1	Jumlah total dan tingkat perekrutan karyawan purnawaktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atau paruh waktu, berdasarkan lokasi operasi yang signifikan
G4-LA2	Tunjangan yang diberikan bagi karyawan purna waktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atau paruh waktu, berdasarkan lokasi operasi yang signifikan
G4-LA3	Tingkat kembali bekerja dan tingkat retensi setelah cuti melahirkan, menurut gender
Aspek Hubungan Industrial	
G4-LA4	Jangka waktu minimum pemberitahuan mengenai perubahan operasional, termasuk apakah hal tersebut masuk dalam perjanjian bersama
Aspek Kesehatan dan Keselamatan Kerja	
G4-LA5	Persentase total tenaga kerja yang diwakili dalam komite bersama formal manajemen- perkara yang membantu mengawasi dan memberikan saran program kesehatan dan keselamatan kerja
G4-LA6	Jenis dan tingkat cedera, penyakit akibat kerja, hari hilang, dan kemangkiran, seta jumlah total kematian akibat kerja, menurut daerah dan gender
G4-LA7	Pekerja yang sering terkena dan beresiko tinggi terkena penyakit yang terkait dengan pekerjaan mereka
G4-LA8	Topik kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian formal dengan serikat pekerja
Aspek Pelatihan dan Pendidikan	

G4-LA9	Jam pelatihan rata-rata pertahun perkaryawan menurut gender, dan menurut kategori karyawan
G4-LA10	Program untuk manajemen ketrampilan dan pembelajaran seumur hidup yang mendukung keberlanjutan kerja karyawan dan membantu mereka mengelola purna bakti
G4-LA11	Persentase karyawan yang menerima reuiu kerja dan pengembangan karir secara regular, menurut gender dan kategori karyawan
Aspek Keberagaman dan Kesetaraan Peluang	
G4-LA12	Komposisi badan tata kelola dan pengembangan karyawan perkategori karyawan menurut gender, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan idikator keberagaman lainnya
Aspek Kesetaraan Rumenerasi Perempuan dan Laki-laki	
G4-LA13	Rasio gaji pokok dan rumenerasi bagi perempuan terhadap laki-laki menurut kategori karyawan berdasarkan lokasi yang signifikan
Aspek Asesmen Pemasok atas Praktik Ketenagakerjaan	
G4-LA14	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria praktik ketenagakerjaan
G4-LA15	Dampak negative aktual dan potensial yang signifikan terhadap praktik ketenagakerjaan dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
Aspek Mekanisme Pengajuan Masalah Ketenagakerjaan	
G4-LA16	Jumlah pengaduan tentang praktik ketenagakerjaan yang dianjurkan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
Sub-indikator : Hak Asasi Manusia	
Aspek Investasi	
G4-HR1	Jumlah total dan porsentase perjanjian dan kontrak investasi yang signifikan yang menyertakan klausal terkait hak asasi manusia atau penapisan berdasarkan hak asasi manusia
G4-HR2	Jumlah waktu pelatihan karyawan tentang kebijakan atau prosedur hak asasi manusia terkait dengan aspek hak asasi manusia yang relevan dengan operasi, termasuk persentase karyawan yang dilatih
Aspek Non-diskriminasi	
G4-HR3	Jumlah total insiden diskriminasi dan tindakan yang diambil
Aspek Kebebasan Berserikat dan Perjanjian Kerja Bersama	

G4-HR4	Operasi dan pemasok teridentifikasi yang mungkin melanggar atau berisiko tinggi melanggar hak untuk melaksanakan kebebasan berserikat dan perjanjian kerja bersama, dan tindakan yang diambil untuk mendukung al-hal tersebut
Aspek Pekerja Anak	
G4-HR5	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan eksploitasi pekerja anak dan tindakan yang diambil untuk berkontribusi dalam penghapusan pekerja anak yang efektif
Aspek Pekerja Paksa atau Wajib Kerja	
G4-HR6	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan pekerja paksa atau wajib kerja dan tindakan untuk berkontribusi dalam penghapusan segala bentuk pekerja paksa atau wajib kerja
Aspek Praktik Pengamanan	
G4-HR7	Persentase petugas pengamanan yang dilatih dalam kebijakan atau prosedur hak asasi manusia yang relevan dengan operasi
Aspek Hak Adat	
G4-HR8	Jumlah total insiden yang melibatkan hak-hak masyarakat adat dan tindakan yang diambil
Aspek Asasmen	
G4-HR9	Jumlah total dan persentase operasi yang telah melakukan reviu atau asesmen dampak hak asasi manusia
Aspek Asesmen Pemasok atas Hak Asasi Manusia	
G4-HR10	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria hak asasi manusia
G4-HR11	Dampak negative aktual dan potensial yang signifikan terhadap hak asasi manusia dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
Aspek Mekanisme Pengaduan Masyarakat Masalah Hak Asasi Manusia	
G4-HR12	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap hak asasi manusia yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan formal
Sub-indikator : Masyarakat	
Aspek masyarakat Lokal	
G4-SO1	Persentase operasi dengan pelibatan masyarakat lokal, asesmen, dampak, dan program pengembangan yang diterapkan

G4-SO2	Operasi dengan dampak negative aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat local
Aspek Anti Korupsi	
G4-SO3	Jumlah total dan persentase operasi yang dinilai terhadap risiko terkait dengan korupsi dan risiko signifikan yang teridentifikasi
G4-SO4	Komunikasi dan pelatihan mengenai kebijakan prosedur anti-korupsi
G4-SO5	Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil
Aspek Kebijakan Publik	
G4-SO6	Nilai total kontribusi politik berdasarkan negara dan penerima/ penerima manfaat
Aspek Anti Persaingan	
G4-SO7	Jumlah total tindakan hukum terkait anti persaingan, anti- <i>trust</i> , serta praktik monopoli dan hasilnya
Aspek Kepatuhan	
G4-SO8	Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan
Aspek Asesmen Pemasok atas Dampak pada Masyarakat	
G4-SO9	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria dampak terhadap masyarakat
G4-SO10	Dampak negative aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
Aspek Mekanisme Pengaduan Dampak terhadap Masyarakat	
G4-SO11	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap masyarakat yang diajukan, ditangani, diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
Sub-indikator : Tanggung Jawab Atas Produk	
Aspek Kesehatan dan Keselamatan Pelanggan	
G4-PR1	Persentase kategori produk dan jasa yang signifikan yang dampaknya terhadap kesehatan dan keselamatan yang dinilai untuk peningkatan
G4-PR2	Total jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa sepanjang daur hidup, menurut jenis hasil
Aspek Pelabelan Produk dan Jasa	

G4-PR3	Jenis informasi produk dan jasa yang diharuskan oleh prosedur organisasi terkait dengan informasi pelabelan produk dan jasa, serta persentase kategori produk dan jasa yang signifikan harus mengikuti persyaratan informasi sejenis
G4-PR4	Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, menurut jenis hasil
G4-PR5	Hasil survei untuk mengukur kepuasan pelanggan
Aspek Komunikasi Pemasaran	
G4-PR6	Penjualan produk yang dilarang atau disengketakan
G4-PR7	Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela tentang komunikasi pemasaran, termasuk iklan, promosi, dan sponsor menurut jenis hasil
Aspek Privasi Pelanggan	
G4-PR8	Jumlah total keluhan yang terbukti terkait dengan pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan
Aspek Kepatuhan	
G4-PR9	Nilai moneter denda yang signifikan atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan terkait penyediaan dan penggunaan produk dan jasa

Indikator yang digunakan dalam penelitian ini hanyalah tiga kategori, yaitu indikator kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial. Indikator kinerja sosial mencakup empat indikator yang terdiri dari: praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja, hak asasi manusia, masyarakat, dan tanggung jawab atas produk.

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi

pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan.

Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut *sustainability reporting*. *Sustainability reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). *Sustainability reporting* meliputi pelaporan mengenai ekonomi, lingkungan dan pengaruh sosial terhadap kinerja organisasi. *Sustainability report* harus menjadi dokumen strategik yang berlevel tinggi yang menempatkan isu, tantangan dan peluang *sustainability development* yang membawanya menuju kepada *core business* dan sektor industrinya.

2.2.3. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah pandangan investor terhadap perusahaan yang dilihat melalui harga saham, semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi nilai perusahaan (Prayudi dan Daud, 2013). Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan terbuka, yang sering dikaitkan dengan harga saham (Sujoko dan Soebiantoro, 2007) dalam (Ira Agustine, 2014). Harga saham yang tinggi mengindikasikan nilai perusahaan yang tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga prospek perusahaan di masa depan (Hardiyanti, 2012).

Penelitian ini mendefinisikan nilai perusahaan sebagai nilai pasar, seperti halnya penelitian yang pernah dilakukan oleh Nurlela dan Islahuddin (2008), karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi kemakmuran pemegang saham. Untuk mencapai nilai perusahaan umumnya para pemodal menyerahkan pengelolaannya kepada para professional. Para professional diposisikan sebagai manajer ataupun komisaris (Nurlela dan Islahuddin, 2008) dalam (Rimba Kusumadilaga, 2010).

Rasio-rasio keuangan digunakan investor untuk mengetahui nilai pasar perusahaan. Rasio tersebut dapat memberikan indikasi bagi manajemen mengenai penilaian investor terhadap kinerja perusahaan di masa lampau dan prospeknya di masa depan. Ada beberapa rasio untuk mengukur nilai perusahaan, salah satunya Tobins Q. rasio ini dinilai bias memberikan informasi paling baik, karena dalam Tobins Q memasukkan semua unsur hutang dan modal saham perusahaan tidak hanya saham biasa saja dan ekuitas perusahaan yang dimasukkan namun seluruh asset perusahaan. Dengan memasukkan seluruh asset perusahaan berarti perusahaan tidak hanya berfokus pada satu tipe investor saja yaitu investor dalam bentuk saham namun juga kreditur karena sumber pembiayaan operasional bukan hanya dari ekuitas tapi juga dari pinjaman yang diberikan oleh kreditur (Sukamulja, 2004) dalam (Ramadhan, 2015).

Meningkatnya nilai Tobins Q maka menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik. Hal ini terjadi karena semakin besar nilai pasar asset perusahaan dibandingkan dengan nilai buku asset maka semakin besar kerelaan

investor untuk mengeluarkan pengorbanan yang lebih untuk memiliki perusahaan tersebut (Sukamulja, 2004) dalam (Ramadhan, 2015).

2.2.4. Profitabilitas

Profitabilitas yaitu kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba (Kartini dan Arianto, 2008). Kamil dan Herusetya (2012) berpendapat bahwa tingkat profitabilitas yang semakin besarmenunjukkan perusahaan mampu mendapatkan laba yang semakin besar, sehingga perusahaan mampu untuk meningkatkan aktivitas tanggung jawab sosial, serta mengungkapkan tanggung jawab sosialnya dalam laporan tahunan dengan lebih luas. Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial perusahaan kepada pemegang saham. Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pula pengungkapan informasi sosial perusahaan (Kusumadilaga, 2010).

Bowman dan Haire (dalam Raharja, 2012) dalam penelitiannya menyatakan bahwa hubungan antara kinerja keuangan suatu perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial paling baik diekspresikan dengan pandangan bahwa tanggapan sosial yang diminta dari manajemen sama dengan kemampuan yang diminta untuk membuat suatu perusahaan memperoleh laba. Kusumadilaga (2010) mengungkapkan bahwa rasio profitabilitas atau rasio rentabilitas menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Keuntungan yang layak untuk dibagikan kepada pemegang saham adalah keuntungan setelah bunga dan pajak. Semakin besar keuntungan yang diperoleh semakin besar kemampuan perusahaan untuk membayarkan dividennya. Dengan demikian, pengukuran profitabilitas dari suatu perusahaan akan menunjukkan tingkat efektifitas kinerja

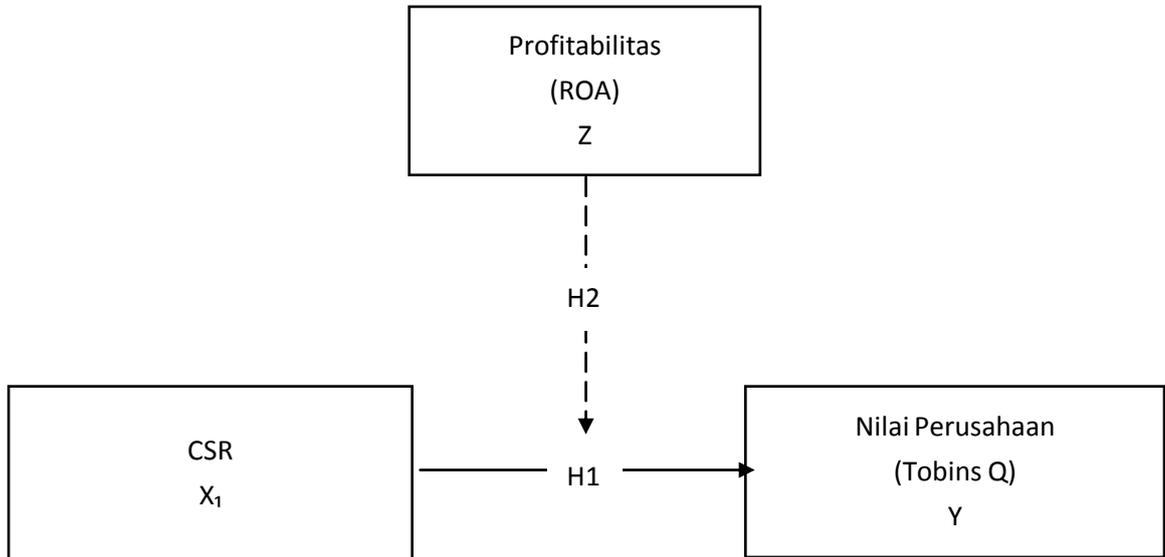
perusahaan secara menyeluruh dan secara tidak langsung investor jangka panjang akan sangat berkepentingan dalam keputusan investasinya.

Ukuran profitabilitas menurut Analisa (2011) dapat berbagai macam: laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi atau aktiva, dan tingkat pengembalian ekuitas pemilik. ROA sebagai salah satu ukuran profitabilitas menunjukkan kemampuan manajemen perusahaan dalam menghasilkan income dari pengelolaan aset yang dimiliki untuk menghasilkan laba. ROA merupakan perbandingan antara laba bersih dengan jumlah aktiva perusahaan.

2.3. Kerangka Konseptual

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan sebelumnya dan telaah pustaka, maka variabel yang terkait dalam penelitian ini dapat dirumuskan melalui suatu kerangka pemikiran sebagai berikut :

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual



Keterangan :

- —————> : Garis simultan X₁ terhadap Y
- - - - - -> : Garis moderator X₁ terhadap Y melalui Z sebagai moderator

2.4. Hipotesis Penelitian

2.4.1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Perusahaan beroperasi bukan hanya untuk kepentingan perusahaan itu namun harus memberikan manfaat kepada *stakeholdernya*. Apabila perusahaan dapat memaksimalkan manfaat yang diterima stakeholder maka akan timbul kepuasan dan apresiasi bagi stakeholder dan akan meningkatkan nilai perusahaan.

Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*) apabila perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan hidup karena keberlanjutan merupakan keseimbangan antara kepentingan-kepentingan ekonomi, lingkungan dan masyarakat. Dimensi tersebut terdapat di dalam penerapan *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk pertanggungjawaban dan kepedulian terhadap lingkungan di sekitar perusahaan (Rimba Kusumadilaga, 2010).

Paradigma *enlightened self-interest* menyatakan bahwa stabilitas dan kemakmuran ekonomi jangka panjang hanya dapat dicapai jika perusahaan melakukan tanggungjawab sosial kepada masyarakat (Retno dan Priantini, 2012) dalam (Arik Novia, 2013). Berdasarkan penjelasan di atas dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁ : pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.4.2. Pengaruh Profitabilitas sebagai Variabel Moderating dalam Hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan Nilai Perusahaan

Pengungkapan sosial perusahaan dapat diwujudkan melalui kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial. Semakin baik kinerja yang dilakukan perusahaan didalam memperbaiki lingkungannya (ekonomi, lingkungan dan sosial), maka nilai perusahaan semakin meningkat dan akibatnya para investor akan tertarik untuk menanamkan sahamnya pada perusahaan. Menurut Bowman dan Haire (dalam Kusumadilaga, 2010) semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pula pengungkapan informasi sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa CSR akan meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan meningkat.

Hackston dan Milne dalam (Rosiana, 2013) bahwa profitabilitas merupakan faktor yang menjadikan manajemen lebih bebas dan fleksibel dalam mengungkapkan CSR kepada *shareholder* dan *stakeholder*. Profitabilitas yang semakin tinggi akan membuat manajemen dapat melakukan dan mengungkapkan aktivitas CSR secara lebih luas. Semakin besar pengungkapan CSR akan mampu memperkuat *brand positioning*, meningkatkan *image* perusahaan dan *market share*. Dengan meningkatnya *market share* tersebut akan mampu meningkatkan penjualan dan menambah laba perusahaan, sehingga rasio profitabilitas perusahaan juga akan meningkat. Dengan meningkatnya profitabilitas sebagai salah satu ukuran investor dalam menanamkan saham akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan diatas dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H₂ :profitabilitas memperkuat pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini adalah suatu jenis penelitian dengan menggunakan metode penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Sugiyono (2000:11) menyatakan bahwa penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Menurut Creswell, dalam Alsa (2003:13) bahwa penelitian kuantitatif adalah penelitian yang bekerja dengan angka yang datanya berwujud bilangan, yang dianalisis dengan menggunakan statistic untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian yang sifatnya spesifik, dan untuk melakukan prediksi bahwa suatu variabel tertentu mempengaruhi variabel yang lain.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukakn pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Sri-Kehati Index periode 2013 sampai 2016 dengan mengakses website www.idx.co.id. Pojok Bursa Universitas Islam Negeri Malang.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (1997 : 57) memberikan pengertian bahwa : “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang menjadi kuantitas

dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang terdaftar dalam Sri-Kehati Index, dengan alasan: perusahaan-perusahaan yang tergabung dalam Sri-Kehati Index lebih banyak mempunyai pengaruh/dampak terhadap lingkungan di sekitarnya sebagai akibat dari aktivitas yang dilakukan perusahaan. Penelitian ini menggunakan periode penelitian tahun 2013 dan 2016.

3.3.2 Sampel Penelitian

Sampel penelitian adalah sebagian populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi, Sugiyono (1997 :57) memberikan pengertian bahwa sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang representatif sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Adapun kriteria sampel yang akan digunakan yaitu :

Tabel 3.1
Sampel Penelitian Tahun 2013-2016

Kriteria Sampel	Jumlah Perusahaan
Perusahaan yang terdaftar di Sri-Kehati Index pada tahun 2013 sampai 2016	32
Tidak tersedia laporan tahunan lengkap selama tahun 2013 sampai 2016	(7)
Menyediakan laporan tahunan lengkap selama tahun 2013 dan 2016	25
Tidak memiliki data lengkap terkait pelaporan CSR yang digunakan dalam penelitian	(12)
Sampel penelitian	13

Sumber :Data sekunder yang diolah, 2017

Daftar perusahaan yang terdaftar dalam Sri-Kehati Index selama periode 2013-2016 yang dijadikan sampel beserta jumlah luas pengungkapan CSR yang dilakukan disajikan pada tabel dibawah ini :

Tabel 3.2
Luas Pengungkapan CSR Th 2013

No	Nama Perusahaan	Kode	Luas Pengungkapan			DMA	Standar Umum	Jumlah	Indeks
			1	2	3				
1	Astra Agro Lestari Tbk	AALI	9	34	43	0	23	109	0.64
2	Astra International Tbk	ASII	4	6	11	0	34	55	0.32
3	Bank Negara Indonesia Tbk	BBNI	4	4	11	17	34	70	0.41
4	Bank Rakyat Indonesia Tbk	BBRI	7	11	34	3	34	89	0.52
5	Bank Danamon Indonesia Tbk	BDMN	4	5	12	15	34	70	0.41
6	Bank Mandiri Tbk	BMRI	4	9	8	0	34	55	0.32
7	Indofood Sukses Makmur Tbk	INDF	0	18	8	0	0	26	0.15
8	Jasa Marga Tbk	JSMR	5	4	16	16	34	75	0.44
9	Perusahaan Gas Negara Tbk	PGAS	6	14	25	23	34	102	0.60
10	Semen Gresik Tbk	SMGR	6	18	17	14	34	89	0.52
11	Telekomunikasi Indonesia Tbk	TLKM	6	5	21	20	34	86	0.50
12	United Tractors Tbk	UNTR	6	10	13	17	34	80	0.47
13	Unilever Indonesia Tbk	UNVR	3	13	17	21	33	87	0.51

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2017

Keterangan :

- I = Ekonomi
 II = Lingkungan
 III = Sosial

Tabel 3.3
Nama Perusahaan dan Luas Pengungkapan CSR Th 2014

No	Nama Perusahaan	Kode	Luas Pengungkapan			DMA	Standar Umum	Jumlah	Indeks
			1	2	3				
1	Astra Agro Lestari Tbk	AALI	9	34	48	0	34	125	0.73
2	Astra International Tbk	ASII	5	11	12	3	34	65	0.38
3	Bank Negara Indonesia Tbk	BBNI	5	4	15	17	34	75	0.44
4	Bank Rakyat Indonesia Tbk	BBRI	6	6	18	21	34	85	0.50
5	Bank Danamon Indonesia Tbk	BDMN	5	3	16	17	34	75	0.44
6	Bank Mandiri Tbk	BMRI	3	10	22	2	34	71	0.42
7	Indofood Sukses Makmur Tbk	INDF	0	14	21	0	0	35	0.20
8	Jasa Marga Tbk	JSMR	5	4	14	16	34	73	0.43
9	Perusahaan Gas Negara Tbk	PGAS	5	12	23	22	34	96	0.56
10	Semen Gresik Tbk	SMGR	7	11	22	17	34	91	0.53
11	Telekomunikasi Indonesia Tbk	TLKM	6	3	21	18	34	82	0.48
12	United Tractors Tbk	UNTR	6	8	15	20	34	83	0.49
13	Unilever Indonesia Tbk	UNVR	3	6	17	21	34	81	0.47

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2017

Keterangan :

- I = Ekonomi
 II = Lingkungan
 III = Sosial

Tabel 3.4
Nama Perusahaan dan Luas Pengungkapan CSR Th 2015

No	Nama Perusahaan	Kode	Luas Pengungkapan			DMA	Standar Umum	Jumlah	Indeks
			1	2	3				
1	Astra Agro Lestari Tbk	AALI	9	34	48	0	34	125	0.73
2	Astra International Tbk	ASII	3	10	9	39	34	95	0.56

3	Bank Negara Indonesia Tbk	BBNI	5	1	13	14	34	67	0.39
4	Bank Rakyat Indonesia Tbk	BBRI	7	0	18	15	34	74	0.43
5	Bank Danamon Indonesia Tbk	BDMN	4	3	10	12	34	63	0.37
6	Bank Mandiri Tbk	BMRI	5	11	26	6	34	82	0.48
7	Indofood Sukses Makmur Tbk	INDF	0	13	18	0	0	31	0.18
8	Jasa Marga Tbk	JSMR	4	4	13	16	34	71	0.42
9	Perusahaan Gas Negara Tbk	PGAS	5	12	23	24	34	98	0.57
10	Semen Gresik Tbk	SMGR	7	11	14	9	34	75	0.44
11	Telekomunikasi Indonesia Tbk	TLKM	6	2	18	16	34	76	0.44
12	United Tractors Tbk	UNTR	4	9	11	18	34	76	0.44
13	Unilever Indonesia Tbk	UNVR	2	6	8	14	34	64	0.37

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2017

Keterangan :

- I = Ekonomi
 II = Lingkungan
 III = Sosial

Tabel 3.5
Nama Perusahaan dan Luas Pengungkapan CSR Th 2016

No	Nama Perusahaan	Kode	Luas Pengungkapan			DMA	Standar Umum	Jumlah	Indeks
			1	2	3				
1	Astra Agro Lestari Tbk	AALI	9	12	48	0	34	103	0.60
2	Astra International Tbk	ASII	3	3	10	45	34	95	0.56
3	Bank Negara Indonesia Tbk	BBNI	2	13	7	10	34	66	0.39
4	Bank Rakyat Indonesia Tbk	BBRI	3	5	6	6	34	54	0.32
5	Bank Danamon Indonesia Tbk	BDMN	4	3	10	6	34	57	0.33
6	Bank Mandiri Tbk	BMRI	7	14	40	30	34	125	0.73
7	Indofood Sukses Makmur Tbk	INDF	0	4	19	0	0	23	0.13

8	Jasa Marga Tbk	JSMR	4	9	13	16	34	76	0.44
9	Perusahaan Gas Negara Tbk	PGAS	5	27	23	14	34	103	0.60
10	Semen Gresik Tbk	SMGR	3	5	5	5	34	52	0.30
11	Telekomunikasi Indonesia Tbk	TLKM	6	12	15	17	34	84	0.49
12	United Tractors Tbk	UNTR	4	13	18	18	34	87	0.51
13	Unilever Indonesia Tbk	UNVR	2	0	8	14	34	58	0.34

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2017

Keterangan :

- I = Ekonomi
- II = Lingkungan
- III = Sosial

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel dengan metode non-probability sampling yaitu dengan teknik purposive sampling untuk memperoleh sampel yang sesuai dengan kriteria yang ditetapkan, yaitu perusahaan yang terdaftar di Sri-Kehati Index selama periode tahun 2013-2016 dan memiliki laporan tahunan lengkap selama periode tahun 2013-2016.

3.5 Data dan Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu data kuantitatif yang diperoleh dari pojok bursa UIN Malang. Sedangkan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan tahunan perusahaan untuk periode 2013 dan 2016 pada perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Sri-Kehati Index, laporan keuangan perusahaan tahun 2016 dan *Sri-Kehati Index Statistic* 2016.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan cara menelusuri laporan tahunan yang terpilih menjadi sampel. Sebagai panduan, digunakan instrumen penelitian berupa check list atau daftar pertanyaan-pertanyaan yang berisi item-item pengungkapan pertanggungjawaban sosial.

3.7 Definisi Operasional Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel X sebagai variabel independen yang memberikan pengaruh terhadap variabel Y sebagai variabel dependen. Adapun definisi operasional variabel untuk masing-masing variabel dan indikatornya adalah sebagai berikut:

3.7.1 Variabel bebas (*Independent variable*)

Variabel yang diduga sebagai penyebab atau pendahulu dari variabel lain. dalam hal ini variabel bebasnya adalah *Corporate Social Responsibility* CSR (X). Informasi mengenai *Corporate Social Responsibility* (X_1) berdasarkan standar GRI (*Global Reporting Initiative*). GRI 4.1 terdiri dari 3 fokus pengungkapan, yaitu :

1. Ekonomi

Dimensi ekonomi menyangkut keberlanjutan organisasi berdampak pada kondisi ekonomi dari *stakeholder* dan sistem ekonomi pada tingkat lokal, nasional, dan tingkat global. Indikator ekonomi menggambarkan:

- Arus modal di antara berbagai pemangku kepentingan; dan
- Dampak ekonomi utama dari organisasi seluruh masyarakat.

Kinerja keuangan merupakan hal yang mendasar untuk memahami organisasi dan keberlanjutannya. Akan tetapi, informasi ini biasanya sudah dilaporkan dalam laporan keuangan. (www.globalreporting.org).

2. Lingkungan

Dimensi lingkungan menyangkut keberlanjutan organisasi berdampak pada kehidupan di dalam sistem alam, termasuk ekosistem, tanah, udara, dan air. Indikator kinerja lingkungan terkait dengan input (bahan, energi, air) dan output (emisi/gas, limbah sungai, limbah kering/sampah). Selain itu, kinerja mereka mencakup kinerja yang berkaitan dengan keanekaragaman hayati, kepatuhan lingkungan, dan informasi yang berkaitan lainnya seperti limbah lingkungan dan dampak dari produk dan jasa (www.globalreporting.org).

3. Sosial

Dimensi sosial menyangkut keberlanjutan sebuah organisasi telah berdampak di dalam sistem sosial yang beroperasi. Indikator kinerja sosial GRI mengidentifikasi kunci aspek kinerja yang meliputi praktek perburuhan/tenaga kerja, hak asasi manusia, masyarakat/sosial, dan tanggung jawab produk (www.globalreporting.org).

Mengingat masih sedikitnya perusahaan di Indonesia yang melaporkan kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungannya dalam bentuk sustainability reporting, maka penelitian ini pun terbatas hanya pada data-data yang terdapat dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini agar tidak terjadi kesenjangan antara perusahaan yang sudah

membuat sustainability reporting dengan perusahaan yang belum membuatnya (Dahli dan Siregar , 2008). Penghitungan CSR dilakukan dengan menggunakan variabel dummy yaitu :

score 0. : Jika perusahaan tidak mengungkapkan item pada daftar pertanyaan.

score 1. : Jika perusahaan mengungkapkan item pada daftar pertanyaan.

3.7.2 Variabel Moderating

Variabel moderating adalah variabel yang memperkuat atau memperlemah hubungan langsung antara variabel independen dan variabel dependen. Dalam penelitian ini profitabilitas digunakan sebagai variabel moderating. Profitabilitas adalah *Return On Asset* (ROA) yang didapatkan dari laporan keuangan perusahaan yang terdaftar di Sri-Kehati Index selama periode penelitian. ROA menunjukkan perbandingan *net income* dan *total asset* perusahaan (Kusumadilaga, 2010).

3.7.3 Variabel Terikat

Variabel dependen adalah variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen pada penelitian ini adalah nilai perusahaan yang disimbolkan dengan (Y), dalam menilai nilai perusahaan adalah dengan menggunakan Tobins Q. rasio ini merupakan konsep yang berharga karena menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari dolar investasi incremental. Jika rasio $Q > 1$ menunjukkan bahwa investasi dalam aktiva menghasilkan laba yang memberi nilai lebih dibanding pengeluaran investasi dan

marangsang untuk investasi baru. Dan sebaliknya, jika rasio $Q < 1$ maka tidaklah menarik (Herawaty, 2008) dalam (Kusumadilaga, 2010)

Penelitian ini menggunakan teknik Analisis Regresi Linier Berganda dan *Moderated Regression Analysis* (MRA) dengan menggunakan program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 15. Tahap yang dilakukan adalah uji asumsi klasik, perumusan model analisis regresi, koefisien determinasi, uji kesesuaian model dan uji statistik t. Definisi operasional variabel yang dipakai yaitu:

1. Pengungkapan CSR diukur menggunakan daftar pengungkapan tanggung jawab sosial, yaitu dengan memberi skor “0” untuk setiap item yang tidak diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan dan memberi skor “1” untuk setiap item yang diungkapkan (Sembiring, 2005).

$$CSRI_j = \frac{n}{k} \dots \dots \dots (1)$$

Dimana,

CSRI_j : Pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility Index* perusahaan j

n : jumlah skor pengungkapan yang diperoleh untuk perusahaan j

k : jumlah skor maksimal (78)

2. Profitabilitas dalam penelitian diproksi menggunakan *Return On Assets* (ROA).

$$ROA = \frac{\text{earning after interest and tax}}{\text{total aktiva}} \dots \dots \dots (2)$$

3. Nilai Perusahaan diproksi dengan Tobin's Q.

$$Q = \frac{(EMV + D)}{(EBV + D)} \dots \dots \dots (3)$$

Dimana :

Q : nilai perusahaan

EMV : nilai pasar ekuitas ($EMV = closing\ price \times \text{jumlah saham yang beredar}$)

D : nilai buku dari total hutang

EBV : nilai buku dari ekuitas

3.8 Analisis Data

3.8.1 Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji kelayakan atas model regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Pengujian ini juga dimaksudkan untuk memastikan bahwa di dalam model regresi yang digunakan tidak terdapat multikolonieritas dan heteroskedastisitas serta untuk memastikan bahwa data yang dihasilkan berdistribusi normal (Ghozali, 2006).

3.8.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil.

Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan :

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Uji normalitas dengan grafik dapat menyesatkan kalau tidak hati-hati secara visual kelihatan normal, padahal secara statistik bisa sebaliknya. Oleh sebab itu dianjurkan disamping uji grafik dilengkapi dengan uji statistik. Uji statistik lain yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov (K-S)*.

Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis.

H_0 : Data residual berdistribusi normal

H_a : Data residual tidak berdistribusi normal

3.8.1.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas ini diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan dengan variabel independen lain dalam satu model. Kemiripan antar variabel independen dalam suatu model akan menyebabkan terjadinya korelasi yang sangat kuat antara suatu variabel independen dengan variabel independen lainnya. Selain itu, deteksi terhadap multikolinieritas juga bertujuan untuk

menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan kesimpulan mengenai pengaruh pada uji pasial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.

Uji multikolinieritas dilakukan dengan menghitung nilai *variance influence factor (VIF)* dari tiap-tiap variabel independen. Nilai VIF kurang dari 10 menunjukkan bahwa, korelasi antar variabel masih bisa ditolerir. Uji multikolinieritas tidak dilakukan pada regresi linier sederhana karena hanya terdiri dari satu variabel penjelas.

3.8.1.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas.

Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di *studentized*.

Dasar analisis:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.

- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.8.1.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya.

3.8.2 Analisis Regresi

Data yang telah dikumpulkan dianalisis dengan menggunakan alat analisis statistik yakni :

1. Analisis regresi linear sederhana (*simple regression analysis*).

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + e$$

2. Analisis regresi linear berganda (*multiple regression analysis*).

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 Z + e$$

Keterangan :

Y= Nilai Perusahaan

α =Konstanta

$\beta_1 - \beta_2$ =Koefisien Regresi

X_1 =*Corporate Social Responsibility*

Z=Profitabilitas

X_1X_2 =Interaksi antara *Corporate Social Responsibility* dengan Profitabilitas

E=Error Term, yaitu tingkat kesalahan penduga dalam penelitian

Uji interaksi atau sering disebut dengan *Moderated Regression Analysis* (MRA) merupakan aplikasi khusus regresi berganda linear dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen) (Ghozali, 2006). Variabel perkalian antara CSR (X_1) dan Profitabilitas (Z) merupakan variabel moderating oleh karena menggambarkan pengaruh moderating variabel Profitabilitas (Z) terhadap hubungan CSR (X_1) dan Nilai Perusahaan (Y).

3.8.3 Pengujian Hipotesis

Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen dengan satu atau lebih variabel independen, dengan tujuan untuk mengestimasi dan atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel yang diketahui. Ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari *Goodness of Fit*nya. Secara statistik, setidaknya ini dapat diukur dari nilai koefisien determinasi, nilai statistik F dan nilai statistik t. Perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana H_0 ditolak). Sebaliknya disebut tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berada dalam daerah dimana H_0 diterima.

a. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam 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, banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai Adjusted R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti R^2 , nilai Adjusted R^2 dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model.

b. Uji Signifikansi Parsial(Uji Statistik T)

Ghazali (2005) dalam Fahrizqi (2010: 50) uji statistik T pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dengan menggunakan signifikan level 0,05 ($\alpha = 5\%$). Penerimaan dan penolakan hipotesis dilakukan dengan hipotesis ketentuan pengambilan keputusan sebagai berikut:

- H_0 ditolak jika $T^{\text{hitung}} < T^{\text{tabel}}$, artinya variabel independen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- H_0 diterima jika $T^{\text{hitung}} > T^{\text{tabel}}$, artinya variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen
- H_0 diterima jika nilai signifikan (Pvalue) $< 0,05$ (5%), artinya variabel independen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- H_0 ditolak jika nilai signifikan (P^{value}) $> 0,05$ (5%), artinya variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Sri-Kehati Indeks di Indonesia

Tanggal 8 Mei 2009 BEI bekerja sama dengan yayasan Keanekaragaman Hayati Indonesia (KEHATI) meluncurkan indeks harga saham yang diberi nama Indeks *Sustainable and Responsible Investment* Keanekaragaman Hayati (SRI-KEHATI), yang bertujuan memberikan informasi yang terbuka kepada masyarakat, mengenai cirri pada perusahaan terpilih pada Indeks SRI-KEHATI yang dianggap memiliki pertimbangan dan kesadaran terhadap lingkungan hidup, tata kelola perusahaan, terhadap sosial (SDM, hak asasi, perilaku bisnis). Perusahaan-perusahaan yang masuk pada indeks ini telah di seleksi sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan.

Objek pada penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar pada Sri-Kehati Index pada tahun 2013-2016. Perusahaan yang diambil sebagai sampel adalah perusahaan yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan dengan metode *purposive sampling* seperti yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya. Objek penelitian dipilih untuk perusahaan yang mengeluarkan laporan tahunan (*annual report*) beserta laporan keuangan secara lengkap per 31 Desember dan menyediakan data laporan keuangan

lengkap mengenai variabel yang digunakan selama periode pengamatan. Penelitian ini mengambil data pada BEI dikarenakan BEI merupakan satu-satunya bursa efek di Indonesia, yang memiliki data yang lengkap dan telah terorganisasi dengan baik. Berdasarkan *purposive sampling* diperoleh sampel sebanyak 19 perusahaan sebagai berikut.

Tabel 4.1
Sampel Penelitian

No	Nama Perusahaan	Kode	Sub Sektor	Sektor Industri
1	Astra Agro Lestari Tbk	AALI	Perkebunan	Pertanian
2	Astra International Tbk	ASII	Otomotif & Komponennya	Aneka Industri
3	Bank Negara Indonesia Tbk	BBNI	Bank	Keuangan
4	Bank Rakyat Indonesia Tbk	BBRI	Bank	Keuangan
5	Bank Danamon Indonesia Tbk	BDMN	Bank	Keuangan
6	Bank Mandiri Tbk	BMRI	Bank	Keuangan
7	Indofood Sukses Makmur Tbk	INDF	Makanan & Minuman	Industri Barang Konsumsi
8	Jasa Marga Tbk	JSMR	Jalan Tol, Pelabuhan, Bandara & Sejenisnya	Infrastruktur, Utilitas, dan Transportasi
9	Perusahaan Gas Negara Tbk	PGAS	Energi	Infrastruktur, Utilitas, dan Transportasi
10	Semen Gresik Tbk	SMGR	Semen	Industri Dasar & Kimia
11	Telekomunikasi Indonesia Tbk	TLKM	Telekomunikasi	Infrastruktur, Utilitas, dan Transportasi
12	United Tractors Tbk	UNTR	Perdagangan Besar Barang Produksi	Perdagangan, Jasa dan Investasi

13	Unilever Indonesia Tbk	UNVR	Kosmetik & Barang Keperluan Rumah Tangga	Industri Barang Konsumsi
----	------------------------	------	---	--------------------------

Sumber: Data diolah Peneliti, 2017

Penelitian ini mengambil sampel perusahaan yang terdaftar dalam Sri-Kehati Index, karena perusahaan yang terdaftar dalam Sri-Kehati Index merupakan jenis usaha yang terdiri dari berbagai sektor industri. Sektor industri merupakan komponen utama dalam pembangunan ekonomi nasional. Sektor industri tidak saja berpotensi memberikan kontribusi ekonomi yang besar melalui nilai tambah, lapangan kerja dan devisa, tetapi juga mampu memberikan kontribusi yang besar dalam transformasi kultural bangsa ke arah modernisasi.

4.2 Analisis Data

4.2.1 Statistik Deskripsi

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hasil pengaruh dari variabel terikat terhadap variabel bebas melalui variabel moderating. Variabel terikat dalam penelitian ini yakni Dimana faktor yang akan diteliti dengan variabel penelitian ini terdapat variabel terikat yakni variabel nilai perusahaan (Y). Di mana faktor yang akan diteliti dengan variabel nilai perusahaan adalah *costumer social responsibility* (X₁), melalui perantara profitabilitas (Z) sebagai variabel moderasi untuk melihat pengaruhnya terhadap nilai perusahaan (Y).

Deskripsi data variabel dependen dan independen selama 4 tahun dari perusahaan yang terdaftar di Sri-Kehati Index:

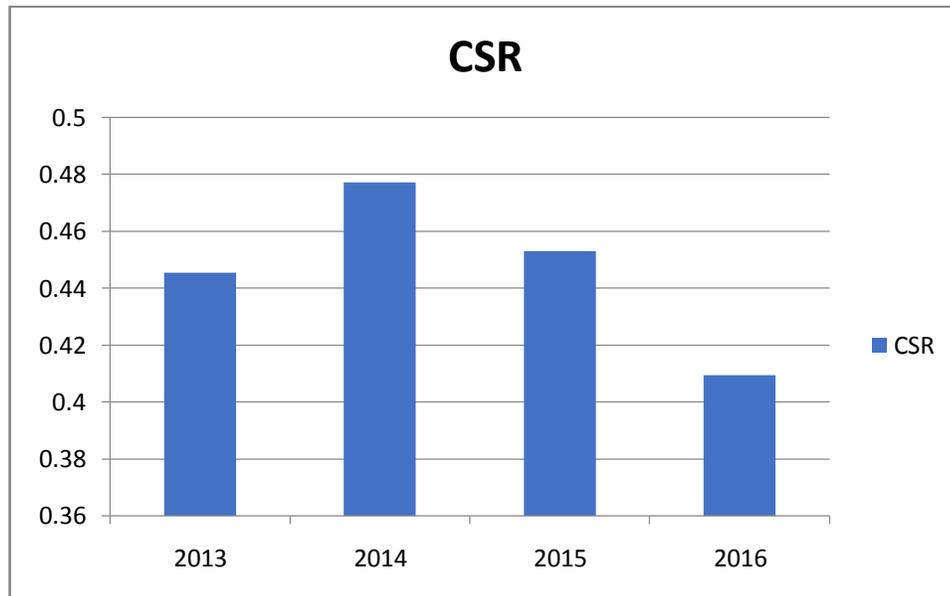
Tabel 4.2
Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Nilai Perusahaan	52	161462.95	26502793.57	2464147.8660	5231500.48500
Profitabilitas	52	1.31	71.51	9.9625	12.50414
CSR Ekonomi	52	.00	9.00	4.6538	2.22186
CSR Sosial	52	5.00	48.00	18.2885	10.66851
CSR DMA	52	.00	45.00	13.1538	9.95753
CSR Umum	52	.00	34.00	30.5577	9.99100
CSR Lingkungan	52	.00	34.00	9.8654	7.95337
Valid N (listwise)	52				

Sumber : Data sekunder yang diolah melalui IBM SPSS 24, 2017

Dari pengujian data deskriptif statistik yang teruji pada tabel 4.2 menunjukkan nilai perusahaan yang diukur dengan Tobins Q. rasio ini merupakan konsep yang berharga karena menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari setiap dolar investasi inkremental.

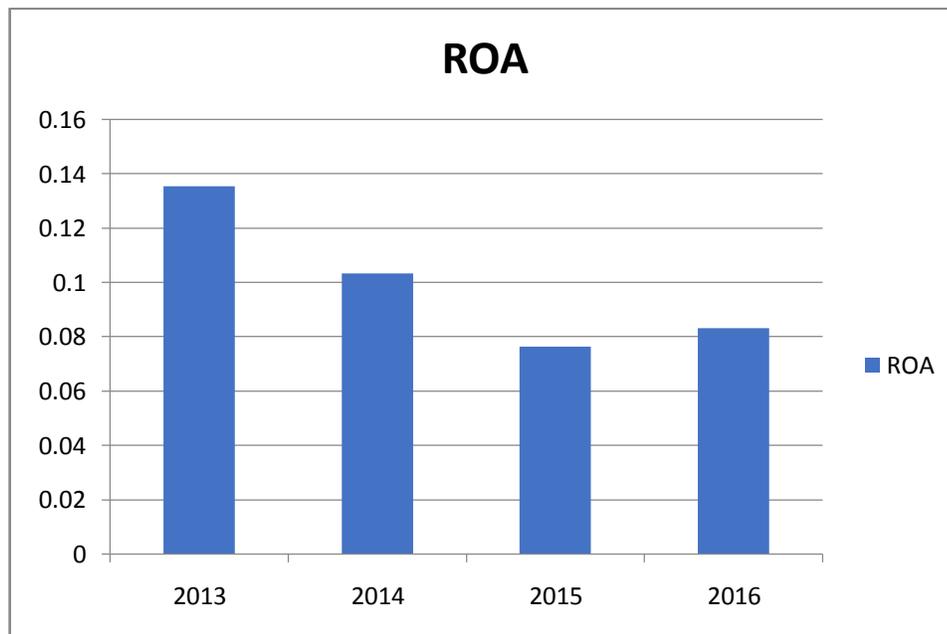
Gambar 4.1
Grafik Independen Variabel CSR



Sumber : data diolah peneliti

CSR pada tahun 2014 naik sebesar 0,477 dibanding dengan tahun sebelumnya ditahun 2013 sebesar 0,445. Dari grafik di atas menunjukkan bahwa data CSR terjadi ketidakstabilan, pada tahun 2015 mengalami penurunan sebesar 0,453kembali mengalami penurunan hingga pada titik 0,409.

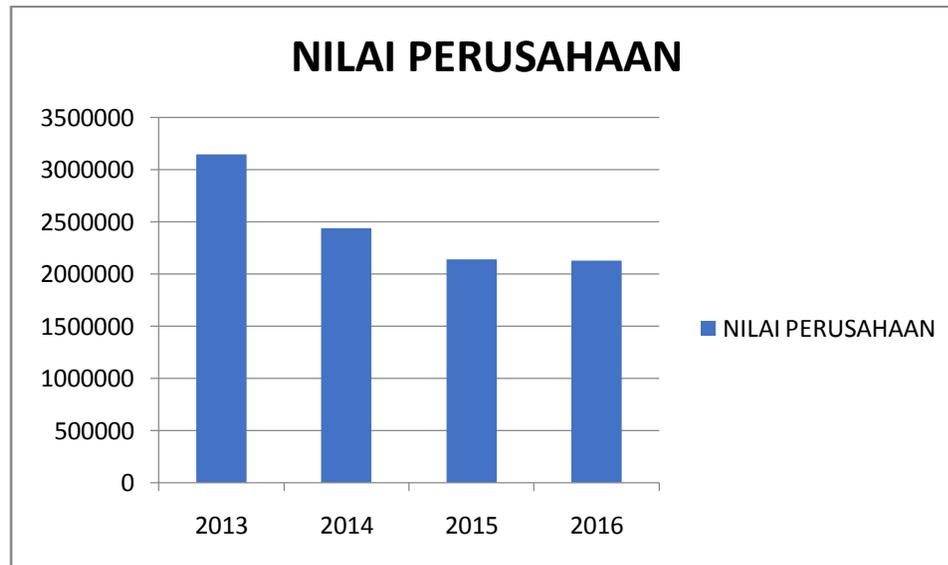
Gambar 4.2
Grafik Moderating Variabel ROA



Sumber : data diolah peneliti

Terlihat dari grafik di atas bahwa ROA pada tahun 2013 tingkat profitabilitas lebih tinggi sebesar 0,135 dan mengalami penurunan di tahun 2014 sampai 2015 sebesar 0,076. Namun pada tahun 2016 perusahaan mampu menstabilkan tingkat profitabilitas sebesar 0,083. Fluktuasi grafik di atas masih kurang stabil dalam kinerja profitabilitas sebagai variabel moderating.

Gambar 4.3
Grafik Dependen Variabel Nilai Perusahaan



Sumber : data diolah peneliti

Nilai perusahaan pada tahun 2013 sebesar 3.146.134 mengalami penurunan yang signifikan ditahun 2014 hingga tahun 2016 yang masing-masing memiliki nilai sebesar 2.440.294,85, 2.141.062 dan 2.129.101. dengan kondisi grafik di atas dapat disimpulkan bahwa perusahaan mengalami penurunan nilai dalam setiap tahunnya dalam kurun waktu 4 periode dari tahun 2013 hingga tahun 2016. Untuk itu perusahaan perlu meningkatkan kinerjanya karena semakin besar nilai perusahaan maka semakin baik juga buat perkembangan perusahaan.

4.2.2 Uji Asumsi Klasik

Model regresi linier dapat disebut sebagai model yang baik jika memenuhi asumsi klasik. Oleh karena itu, uji asumsi klasik sangat diperlukan sebelum melakukan

analisis regresi. Uji asumsi klasik terdiri atas uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, dan uji normalitas.

4.2.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual model regresi yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Jika nilai hasil signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data tersebut berdistribusi normal, sebaliknya jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka data tersebut tidak terdistribusi normal. Hasil penelitian uji normalitas dengan menggunakan Kolmogorov-Smirnov dapat dilihat pada tabel 4.3 sebagai berikut:

Tabel 4.3
Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov
Persamaan 1 dan 2
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Persamaan 1	Persamaan 2
		Unstandardized Residual	Unstandardized Residual
N		52	52
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	.0000000
	Std. Deviation	5231040.52100000	1608322.16900000
Most Extreme Differences	Absolute	.401	.140
	Positive	.401	.140
	Negative	-.326	-.112
Test Statistic		.401	.140
Asymp. Sig. (2-tailed)		.060 ^c	.062 ^c

a. Test distribution is Normal.

- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: hasil output IBM SPSS 24, 2017

Hasil pengujian data penelitian dengan hasil ditunjukkan dalam tabel 4.3 Di atas, diketahui besarnya *Asymp. Sig (2-tailed)* sebesar 0,060 di atas signifikansi 0,05 maka asumsi normalitas sebelum moderasi terpenuhi. Hasil pengujian data penelitian diketahui besarnya *Asymp. Sig (2-tailed)* sebesar 0,062 di atas signifikansi 0,05 maka asumsi normalitas setelah moderasi terpenuhi.

4.2.2.2 Uji Multikolinieritas

Gejala multikolinieritas bisa dilihat dari nilai VIF (*Variance Inflation Factor*).

Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas adalah:

1. Mempunyai nilai VIF sekitar angka 1 dan tidak melebihi 10
2. Mempunyai angka Tolerance mendekati 1.

Hasil pengujian VIF dari model regresi sebagai berikut:

Tabel 4.4
Hasil Uji Multikolinieritas
Persamaan 1 dan 2

Coefficients ^a						
Persamaan 1				Persamaan 2		
	Model	1(Constant)	CSR	1(Constant)	CSR	Profitabilitas
Unstandardized Coefficients	B	2225258.771	3097.814	61064.192	-20556.050	400328.558
	Std. Error	2650781.787	33035.261	829315.319	10317.984	18478.490
Standardized Coefficients	Beta		.013		-.088	.957
	t	.839	.094	.074	-1.992	21.668
	Sig.	.405	.926	.942	.052	.000
Collinearity Statistics	Tolerance		1.000		.989	.989
	VIF		1.000		1.011	1.011

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : hasil output IBM SPSS 24 diinterpretasi

Ghozali (2011), model regresi yang bebas multikolinieritas adalah yang mempunyai nilai *tolerance* di atas 0,1 atau VIF dibawah 10. Apabila *tolerance variance* di bawah 0,1 atau VIF di atas 10, maka terjadi multikolinieritas. Pada hasil uji multikolinieritas persamaan pertama nilai *tolerance* pada variabel CSR sebelum moderasi sebesar 1,00 dan VIF sebesar 1,00 maka tidak terjadi multikolinieritas, dan pada variabel CSR setelah dimoderasi dengan ROA terdapat peningkatan pada kedua variabel masing-masing sebesar 1,01 maka juga tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas.

4.2.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas di uji dengan menggunakan uji koefisien korelasi *rank spearman* yaitu mengkorelasikan antara absolute residuan hasil regresi dengan semua variabel bebas. Bila signifikan hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 (5%) maka persamaan regresi tersebut mengandung heteroskedastisitas dan sebaliknya berarti non-

heteroskedastisitas atau homoskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas ditunjukkan pada tabel 4.5 sebagai berikut:

Tabel 4.5
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Persamaan 1 dan 2
Coefficients^a

		Persamaan 1		Persamaan 2		
	Model	1(Constant)	CSR	1(Constant)	CSR	Profitabilitas
Unstandardized Coefficients	B	3854767.145	-14982.885	576278.495	3883.582	36428.893
	Std. Error	2256096.026	28116.505	460866.854	5733.907	10268.861
Standardized Coefficients	Beta		-.075		.086	.451
	t	1.709	-.533	1.250	.677	3.548
	Sig.	.094	.047	.217	.501	.511
Collinearity Statistics	Tolerance		1.000		.989	.989
	VIF		1.000		1.011	1.011

a. Dependent Variable: RES 3

Sumber : hasil output IBM SPSS 24,2017

Pada tabel di atas dapat disimpulkan terjadi heteroskedastisitas pada persamaan 1 data dilihat dari nilai sig. sebesar 0,047. Bila signifikansi hasil korelasi lebih kecil dari 5% atau 0,05 maka persamaan regresi pada tabel 4.5 mengandung heteroskedastisitas. Dapat disimpulkan data tidak terjadi heteroskedastisitas pada persamaan 2, dapat dilihat dari nilai sig. pada variabel CSR nilai sig. 0,50 > 0,05; variabel moderasi sig. 0,51 > 0,05. Berdasarkan hasil output tampak bahwa nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 (5%), yang artinya tidak mengandung heteroskedastisitas. Yakni tidak ada korelasi antara besarnya data dengan residual sehingga bila data diperbesar tidak menyebabkan residual (kesalahan) semakin besar pula.

4.2.2.4 Uji Autokorelasi

Uji asumsi ini dilakukan dengan menghitung nilai Durbin Watson d test. Durbin Watson d test ini mempunyai masalah yang mendasar yaitu tidak diketahuinya secara tepat mengenai distribusi dari statistik itu sendiri. Namun demikian, Durbin dan Watson telah menetapkan batas atas (du) dan batas bawah (dl). Durbin dan Watson telah mentabelkan nilai du dan dl untuk taraf nyata 5% dan 1% yang selanjutnya dikenal dengan Tabel Durbin Watson. Selanjutnya Durbin dan Watson juga telah menetapkan kaidah keputusan sebagai berikut:

Tabel 4.6
Keputusan Durbin Watson

Range	Keputusan
$0 < dw < dl$	Terjadi masalah autokorelasi yang positif yang perlu perbaikan
$dl < dw < du$	Ada autokorelasi positif tetapi lemah, di mana perbaikan akan lebih baik
$du < dw < 4-du$	Tidak ada masalah autokorelasi
$4-du < dw < 4-dl$	Masalah autokorelasi lemah, di mana dengan perbaikan akan lebih baik
$4-dl < d$	Masalah autokorelasi serius

Tabel 4.7
Hasil Uji Autokorelasi
Persamaan 1 dan 2
Model Summary^b

Model	Persamaan 1	Persamaan 2
	1	1
R	.013 ^a	.952 ^a
R Square	.000	.905
Adjusted R Square	-.020	.902
Std. Error of the Estimate	5283091.95700	1640816.80900
Durbin-Watson	1.887	1.691

- a. Predictors: (Constant), CSR
 b. Predictors: (Constant), Profitabilitas, CSR
 c. Dependent Variable: Nilai Perusahaan
 Sumber : hasil output IBM SPSS 24,2017

Pada tabel diatas nilai *Durbin Watson* (D-W) sebesar 1,89, bahwa nilai tersebut telah memenuhi kriteria pengambilan keputusan D-W yaitu $1,59 < 1,89 < 4 - 1,59$ yang berarti tidak ada autokorelasi. Berdasarkan output data SPSS setelah mediasi diatas diperoleh nilai DW sebesar 1,69. Kemudian ketika dibandingkan dengan nilai *Durbin Watson* (D-W) tersebut melebihi dengan nilai dari batas atas (dU) yakni 1,5917 dan kurang dari (4-dU) $4 - 1,59 = 2,41$ sehingga dapat disimpulkan bahwa persamaan 2 yang telah di moderasi tidak ada masalah autokorelasi.

4.2.3 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang mendekati satu berarti variabel independen penelitian memberikan hampir

semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel struktur modal.

Hasil koefisien determinasi dapat dilihat dalam tabel 4.11 Sebagai berikut:

Tabel 4.8
Hasil Koefisien Determinasi
Persamaan 1 dan 2

Persamaan 1		Pesamaan 2	
Model	Adjusted R Square	Model	Adjusted R Square
1	.000	2	.905

- a. Predictors: (Constan), CSR
- b. Dependent Variabel : TOBINS Q

Pada tabel 4.8 Persamaan pertama diketahui bahwa koefisien determinasi yang ditunjukkan dengan nilai *adjusted R Square* sebesar 0,000169. Hal ini berarti kemampuan menjelaskan variabel independen terhadap variabel dependen nilai perusahaan sebesar 0,0169%. Sedangkan sisanya 99,9831% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel bebas tersebut yang dimasukkan dalam model.

Pada persamaan kedua diketahui nilai *Adjusted R Square* adalah 0.905 atau 90.5% variabel nilai perusahaan di proksikan dengan TOBINS Q dapat dijelaskan oleh CSR, Profitabilitas dan interaksi antara CSR dan Profitabilitas dan sisanya yaitu sebesar 9.4% dipengaruhi variabel lain.

4.2.4 Pengujian Parsial (Uji T)

Uji signifikansi simultan (Uji T) digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara parsial (sendiri-sendiri) berpengaruh terhadap variabel terkait atau variabel dependen (Y). (Ghazali, 2009). Pada tabel 4.9 Dapat dilihat hasil dari uji T yang dilakukan.

Tabel 4.9
Hasil Uji T
Persamaan 1 dan 2
Coefficients^a

		Persamaan 1		Persamaan 2			
	Model	1(Constant)	CSR	1(Constant)	CSR	Profitabilitas	Moderasi
Unstandardized Coefficients	B	3854767.145	-14982.885	576278.495	3883.582	36428.893	
	Std. Error	2256096.026	28116.505	460866.854	5733.907	10268.861	
Standardized Coefficients	Beta		-.075		.086	.451	-16845,887
	t	1.709	-.533	1.250	.677	3.548	-1,680
	Sig.	.094	.047	.217	.501	.511	,005

- a. Predictors : (Constant), CSR
 - b. Predictors : (Constant), MODERASI, ROA, CSR
 - c. Dependent Variabel : TOBINS Q
- Sumber : Data sekunder yang diolah, 2017

Dalam melakukan uji T digunakan kriteria pengujian sebagai berikut: jika $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau $sig < 0,05$ maka hal itu berarti variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen secara serentak. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut di atas, diketahui pada persamaan pertama diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,047. Angka signifikansi tersebut lebih kecil dari nilai 0,05 atau 5%, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model yang digunakan untuk menguji CSR adalah model yang *fit*.

Pada persamaan kedua diperoleh nilai signifikansi F_{hitung} sebesar 0,009. Angka signifikansi tersebut lebih kecil dari nilai 0,05 atau 5%, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model yang digunakan untuk menguji CSR yang telah di moderasi dengan profitabilitas adalah model yang *fit*.

4.2.5 Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan uji asumsi klasik yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa data dalam penelitian ini telah terdistribusi dengan normal dan tidak terdapat heteroskedastisitas. Oleh karena itu data yang tersedia telah memenuhi syarat untuk menggunakan model regresi sederhana dan berganda. Analisis regresi berganda adalah analisis yang digunakan untuk menguji hubungan antar variabel-variabel independen CSR terhadap variabel dependen Nilai perusahaan yang dihitung menggunakan metode Tobins Q melalui perantara profitabilitas. Hasil analisis regresi dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% diperoleh persamaan sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Regresi Linier Berganda

Nama Variabel	Konstanta	Beta	t-Hitung	Sig
Persamaan 1				
CSR	3.854.767,145	-14.982,885	-,533	.047
Persamaan 2				
CSR	576.278,495	3.883,582	.677	.501
ROA		36.428,893	3.548	.511

MODERASI		-16845.887	-1.680	.009
----------	--	------------	--------	------

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.11 di atas dapat dihasilkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + e$$

$$Y =$$

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 Z + e$$

$$Y = 3.854.767,145 + (-14.982,885 X_1)$$

$$Y = 575.278,495 + 3.883,582 X_1 + 39.428,893 X_2 + (-16845,887) X_1 X_2$$

4.2.5.1 Hipotesis

Hipotesis kedua penelitian ini menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* akan meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan tinggi. Berdasarkan hasil analisis *Moderated Regression Analysis* (MRA), diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel moderasi diketahui sebesar -1,680 dengan signifikansi sebesar 0,099. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka variabel profitabilitas tidak mampu mempengaruhi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan nilai perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak dapat meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan tinggi, dengan demikian H_2 ditolak.

4.2.6 Pembahasan

4.2.6.1 Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan output IBM SPSS24, hasil penelitian pada persamaan 1 menunjukkan bahwa variabel CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa besar kecilnya praktik CSR mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan. Dapat dikatakan bahwa perusahaan yang telah mengungkapkan informasi *Corporate Social Responsibility* memiliki citra positif di masyarakat umumnya, dan khususnya di kalangan bisnis karena perusahaan selain memperhatikan *shareholder*, juga kepentingan *stakeholder* serta lingkungan, implikasinya perusahaan akan mendapatkan respon dari masyarakat akan eksistensinya di dunia bisnis dan keberlanjutan perusahaan yang nantinya akan meningkatkan nilai perusahaan.

Konsep seperti hasil penelitian ini sejalan dengan konsep yang dipaparkan dalam teori "*The Triple Bottom Line*" yang dikemukakan oleh John Elkington, 1997. Guna mempertahankan keberlangsungan suatu perusahaan maka hal yang perlu diperhatikan yakni kemakmuran atau kesejahteraan karyawan serta masyarakat sekitar lingkungan guna mendapatkan citra bagi perusahaan. Selain itu, perusahaan juga berharap dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat menjaga hubungan yang baik dengan para *stakeholder* dan dapat meningkatkan kinerja perusahaan karena dengan hal-hal tersebut dapat menjadi reaksi yang positif bagi pasar untuk meningkatkan harga saham. Meningkatnya harga saham mencerminkan bahwa nilai perusahaan mengalami kenaikan pulasehingga menjadi daya tarik bagi para investor untuk melakukan kegiatan

investasi dengan perusahaan tersebut. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Andhika (2015), Gusti Ayu (2013), Rimba (2010), Ramadhan (2015) yang menyatakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Akan tetapi, hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Vinki (2017), Zuhro (2015), Agustine (2014) yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

4.2.6.2 Kajian Islam Terkait Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan

CSR dalam perspektif islam merupakan konsekuensi inheren dari ajaran islam sendiri. Tujuan dari syariat islam adalah masalah sehingga bisnis adalah upaya untuk menciptakan masalah, bukan sekedar untuk mencari keuntungan. Menurut Sayyid Qutb (dalam Ainun, 2016) Islam mempunyai prinsip pertanggung jawaban yang seimbang dalam segala bentuk dan ruang lingkupnya. Antara jiwa dan raga, antara individu dan keluarga, antara individu dan sosial dan, antara suatu masyarakat dengan masyarakat lain. Tanggung jawab sosial merujuk pada kewajiban-kewajiban sebuah perusahaan untuk melindungi dan member kontribusi kepada masyarakat dimana perusahaan itu berada dan beroperasi. Sebuah perusahaan mengemban tanggung jawab sosial dalam tiga domain, yaitu:

1. Pelaku-pelaku organisasi, meliputi:
 - a. Hubungan perusahaan dengan karyawan

- b. Hubungan perusahaan dengan *shareholder*
 - c. Hubungan perusahaan dan *stakeholder*
2. Lingkungan alam
 3. Kesejahteraan sosial masyarakat.

رَحْمَتِ إِنْ وَطَمَعًا خَوْفًا وَادَّعُوهُ إِصْلِحْهَا بَعْدَ الْأَرْضِ فِي تَفْسِدُ وَأَوْلَا

الْمُحْسِنِينَ مِّنْ قَرِيبِ اللَّهِ

Artinya :

“Dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi, sesudah (Allah) memperbaikinya dan Berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut (tidak akan diterima) dan harapan (akan dikabulkan). Sesungguhnya rahmat Allah Amat dekat kepada orang-orang yang berbuat baik.” (QS Al-A’raf: 56)

Islam mengatur sangat jelas etika dalam melakukan setiap aktivitas bisnis. Islam mengharuskan setiap pelaku usaha untuk selalu berbuat adil dengan menjamin terpenuhinya hak orang lain, hak lingkungan sosial dan hak alam semesta. Dijelaskan dalam firman Allah SWT yang terdapat dalam Al-Qur’an surat Adz-Dzariyaat ayat 19 yang berbunyi:

﴿١٩﴾ وَالْمَحْرُومِ لِلسَّائِلِ حَقُّ مَوْلَاهُمْ وَفِي

Artinya :

“Dan pada harta-harta mereka ada hak untuk orang miskin yang meminta dan orang miskin yang tidak mendapat bagian.”

Dijelaskan pula dalam firman Allah SWT lainnya yang terdapat dalam Al-Qur’an surat An-Nisaa’ ayat 58 yang berbunyi

لِيُحْكُمُوا أُنَاسٍ بَيْنَ حَكَمَتُمْ وَإِذَا أَهْلَهَا إِلَى الْأَمْنَتِ تُؤَدُّوْنَ وَأَنْ يَأْمُرُكُمْ اللَّهُ إِنَّ

﴿٥٨﴾ بَصِيرًا سَمِيعًا كَانَ اللَّهُ إِنَّ بِهِ يَعِظُكُمْ نِعْمًا اللَّهُ إِنَّ بِالْعَد

Artinya :

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat.”(QS. An-Nisaa’: 58)

Oleh karena itu keseimbangan sosial dan keseimbangan alam harus tetap terjaga bersamaan dengan operasional usaha bisnis. CSR saat ini tidak lagi ditujukan untuk

membayar hutang sosial, melainkan sudah menjadi sebuah tanggung jawab yang mutlak yang harus dilakukan oleh perusahaan dalam menjaga dan menjalin komunikasi sosialnya terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar.

4.2.6.3 Pengaruh Profitabilitas sebagai Variabel Moderating dalam Hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda terkait profitabilitas memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan. Didapatkan hasil nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai koefisien regresi sebesar -1,680. Artinya bahwa profitabilitas dalam penelitian ini yang di proksikan dengan *return on asset* (ROA) mampu memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan tingkat pengembalian modal yang dimiliki. Rasio profitabilitas menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Keuntungan yang layak dibagikan pada pemegang saham adalah keuntungan setelah bunga dan pajak.

Pengaruh besarnya tingkat profitabilitas perusahaan maka akan berpengaruh pada besar kemampuan perusahaan membayar deviden bagi pemegang saham. Profitabilitas merupakan gambaran dari kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan. Dan profitabilitas yang tinggi akan memberikan anggapan bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik. Hal ini selanjutnya akan meningkatkan daya tarik kepada investor, peningkatan daya tarik perusahaan menjadikan perusahaan tersebut makin diminati

investor, karena tingkat pengembalian akan semakin besar. Berdampak pula terhadap harga saham pada perusahaan tersebut di Pasar Modal juga akan semakin meningkat karena permintaan saham di pasar melebihi penawaran. Keputusan yang harus diambil oleh pemilik perusahaan yakni pemilik perusahaan harus meningkatkan laba dengan cara pendayagunaan asset semaksimal mungkin untuk meningkatkan profitabilitas. Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian Vinki (2017), Gusti Ayu (2013), Andhika (2014), dan Hesty (2015) yang menyatakan bahwa profitabilitas memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.

4.2.6.4 Kajian Islam Terkait Pengaruh Profitabilitas sebagai Variabel Moderating dalam Hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan Nilai Perusahaan

Profitabilitas dalam perspektif islam juga mempunyai aspek lain di luar dari tujuan materi, yaitu dalam aspek non materi. Aspek non materi tersebut yang mencirikan profitabilitas dalam perspektif islam. Yang dimaksud dengan profitabilitas non materi ialah, kehidupan didunia hanya bersifat sementara dan dimanfaatkan untuk mengumpulkan bekal untuk kehidupan yang abadi kelak, sebagai muslim maka tujuan yang dituju adalah kehidupan akhirat, profitabilitas yaitu keberkahan dan keridhoan Allah SWT. Karena materi yang kita dapatkan tanpa aspek keberkahan dan keridhoan Allah SWT hanyalah menjadi sebuah kesenangan sesaat didunia, tidak aka nada nilai ibadahnya. Dan dalam pencapaiannya terdapat hal yang seharusnya dilakukan umat muslim yaitu di mulai dari hal yang sesuai syariat Allah SWT, yakni modal dan jalan

yang halal, memperhatikan pendistribusian profit melalui mekanisme zakat, infaq, sadaqah, waqaf (ZISWAF) dan memperhatikan kemaslahatan umat. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa profitabilitas dalam islam bersifat *intangibile*, tidak terlihat tapi dapat dirasakan dan memiliki dampak yang besar serta berorientasikan akhirat.

Istilahb profit dalam islam disebut dengan *ribh*. Arti laba dalam Al-Quran berikut:

﴿مُهْتَدِينَ كَانُوا وَمَا تَجَرَّتُهُمْ رَيْحَتْ فَمَا بِالْهُدَى الضَّلَالَةَ اشْتَرَوْا الَّذِينَ أُوتِيكَ



Artinya :

“mereka Itulah orang yang membeli kesesatan dengan petunjuk, Maka tidaklah beruntung perniagaan mereka dan tidaklah mereka mendapat petunjuk.” (QS Al-Baqarah:16)

Berdasarkan ayat diatas Allah SWT menjanjikan sebuah keuntungan (*profit*) dan mendapatkan petunjuk atas perniagaan yang mereka lakukan. Kemudian keuntungan merupakan kelebihan pokok dari suatu proses ekonomi, baik itu produksi atau penjualan. Dengan adanya keuntungan tersebut maka ia telah menyelamatkan

modal pokok dan memperoleh keuntungan. Selain *ribh*, istilah lain yang terkait dengan keuntungan adalah *al-nama*, *al-ghallah* dan *al-faidah*. Nama' yaitu laba dagang adalah penambahan pada harta yang telah dikhususkan untuk perdagangan sebagai hasil dari proses barter dan perjalanan bisnis. Laba ini dalam konsep akutansi disebut laba dagang (*ribh tijari*). *Al- Ghallah* (laba incidental), penambahan pada barang dagan sebelum penjualan, seperti wol atau susu dari hewan yang akan dijual. Pertambahan ini tidak bersumber pada proses dagang dan tidak pula pada usaha manusia. Pertambahan ini dalam konsep akutansi disebut laba yang timbul dengan sendirinya atau laba incidental. Sedangkan *al-faidah* (laba yang berasal dari modal pokok) yaitu penambahan pada barang milik yang ditandai dengan perbedaan harga waktu pembelian dan harga penjualan, yaitu sesuatu yang baru dan berkembang dari barang-barang milik.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisis, uraian data dan pembahasannya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil uji CSR terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, artinya bahwa hipotesis pertama yang dirumuskan dalam penelitian ini dapat diterima. Dengan tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang tinggi, para *stakeholder* akan memberikan dukungan yang baik terhadap perusahaan yaitu salah satunya dengan meningkatkan kinerja mereka yang akan menyebabkan kinerja perusahaan dapat meningkat sehingga dapat menjadi respon yang positif bagi pasar (reaksi pasar akan meningkat). Reaksi pasar yang tinggi dapat mendorong harga saham untuk meningkat dan menjadi daya tarik para investor untuk melakukan kegiatan investasi pada suatu perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* maka akan dapat meningkatkan nilai perusahaan yang tercermin dalam meningkatnya harga saham.
2. Hasil uji penelitian ROA sebagai variabel moderating berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, artinya kinerja perusahaan dinilai baik apabila nilai ROA meningkat dan positif. Apabila perusahaan berhasil dan

membukukan tingkat keuntungan yang besar dengan adanya penerapan CSR dalam mengungkapkan item sosialnya, maka akan semakin tinggi nilai perusahaannya. Nilai perusahaan yang tinggi akan memotivasi para investor untuk menanamkan modalnya pada saham perusahaan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan yang telah diambil maka saran-saran yang dapat diajukan yang berkaitan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Bagi Perusahaan

1. Perusahaan-perusahaan yang terdaftar dalam Index Sri-Kehati sebaiknya terus melakukan program-program CSR, karena akan dapat meningkatkan nilai perusahaan.
2. Perusahaan-perusahaan yang terdaftar dalam Index Sri-Kehati sebaiknya memperhatikan tingkat profitabilitas dalam upaya penyelenggaraan program-program CSR yang dilakukan perusahaan, karena profitabilitas dapat memoderasi pengaruh antara *Corporate Social Responsibility* dan nilai perusahaan.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Untuk mendukung hasil penelitian ini disarankan kepada peneliti-peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian serupa dengan menambahkan variabel-variabel lain agar hasil penelitian dapat lebih lengkap.

2. Peneliti selanjutnya agar menambah jumlah sampel yang lebih banyak dari pada penelitian ini.

5.3 Batasan Penelitian

Keterbatasan utama yang terdapat dalam penelitian ini:

- a. Penelitian ini hanya terbatas pada Perusahaan-perusahaan yang terdaftar dalam Index Sri-Kehati, sehingga hasilnya kurang bisa digeneralisasi untuk seluruh perusahaan yang ada di Bursa Efek Indonesia.
- b. Penelitian ini hanya menggunakan jangka waktu penelitian selama 4 tahun, sehingga data yang diambil kemungkinan kurang mencerminkan kondisi perusahaan.
- c. Dalam penelitian ini hanya digunakan satu variabel independent yaitu pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

DAFTAR PUSTAKA

- Nurlela dan Islahudin. 2008. Pengaruh Corporate Sosial Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating. Simposium Nasional Akuntansi XI.
- Sutopoyudo. 2009. Pengaruh Penerapan Corporate Sosial Responsibility (CSR) terhadap Profitabilitas Perusahaan. Sutopoyudo's Weblog at <http://www.wordpress.com>. Diakses tanggal 30 Oktober 2009.
- Suranta, E. dan Merdistuti, P. P. 2004. Income Smoothing, Tobin's Q, Agency Problem dan Kinerja Perusahaan. Simposium Nasional Akuntansi VII. Denpasar Bali, 2-3 Desember.
- Suharto, Edi. 2007. Corporate Sosial Responsibility : What is and Benefit for Corporate. <http://www.policy.hu/suharto>. Diakses tanggal 19 Oktober 2009.
- Anggraini, Fr. R. R. (2006). Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan. Simposium Nasional Akuntansi IX, Padang.
- Putra, A. P. 2014. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Surabaya.
- Kusumadilaga, R., 2010. Pengaruh Corporate Sosial Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating. *Skripsi*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Agustine, I. 2014. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Finesta*. Vol. 2 (1) : 42-47.
- McWilliams, A. & Siegel, D. (2001). Corporate Sosial Responsibility: A Theory of the Firm Perspective. *The Academy of Management Review*, 26 (1), 117-127.
- Murwaningsari, E. (2009). Hubungan Corporate Governance, Corporate Sosial Responsibilities, dan Corporate Financial Performance dalam Satu Continuum. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 11(1), 30-41.
- Ghozali, I. 2006. *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi ke 4. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang. . 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 21*. Edisi Kedelapan. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, I dan A. Chariri. 2007. *Teori Akuntansi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.

- Sembiring, E. 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggungjawab Sosial : Study Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta. *Simposium Nasional Akuntansi VIII*. Solo.
- Rosiana, G. A. M. E., G. Juliarsa., dan M. R. Sari. 2013. Pengaruh Pengungkapan CSRTerhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-JurnalAkuntansi Universitas Udayana*. Vol. 5(3): 723-738.
- Chariri, Anis. 2008. Kritik Sosial atas Pemakaian Teori dalam Penelitian Pengungkapan Sosial dan Lingkungan. *Jurnal Maksi*, 8(2), h: 151-169.
- Mathews, M.R. 1995. Sosial and Environmental Accounting: A Practical Demonstration of Ethical Concern. *Journal of Business Ethics*, 14(8), pp: 663-671.
- Brigham, Eugene F and Joel F.Houston, 2006.*Dasar-Dasar Manajemen Keuangan , alih Bahasa Ali Akbar Yulianto, Buku satu, Edisi sepuluh*, Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Putro, Vinki, P. S. U, 2017. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating
- Faza, Larasati, Lathifa. 2014. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating.
- Suryani, Indri. 2014. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan profitabilitas Sebagai Variabel Moderating.
- Lestari, Hesty, M. 2015. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi.
- Handriyani, Arik, 2013. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating.
- Hadi, Ramadhan Kurnia, 2015. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sector Industry Dasar dan Kimia yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Skripsi. Universitas Jember.
- Saedah, Zuhro, 2015. Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi pada Perusahaan Manufaktur di BEI Periode Tahun 2011-2013). Skripsi. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

LAMPIRAN LAMPIRAN

Lampiran 1 :Tabel Indeks Pengungkapan CSR Khusus

NO.	ASPEK	INDEKS	KETERANGAN
1	Aspek : Kinerja Ekonomi	G4-DMA	Pengungkapan Pendekatan Manajemen untuk Kinerja Ekonomi
2		G4-EC1	Nilai ekonomilangsung yang dihasilkan dan didistribusikan
3		G4-EC2	Implikasi finansial dan risikoseriapeluanglainnyakepadakegiatanorganisasikarenaperubahan iklim
4		G4-EC3	Cakupan kewajiban organisasi atas program imbalan pasti
5		G4-EC4	Bantuan finansial yang diterima dari pemerintah
6	Aspek : Keberadaan di Pasar	G4-DMA	Pengungkapan Pendekatan Manajemen untuk Keberadaan di Pasar
7		G4-EC5	Rasio upah standart pegawai pemula (entry level) menurut gender dibandingkan dengan upah minimum regional di lokasi-lokasi operasional yang signifikan
8		G4-EC6	Perbandingan manajemen senior yang dipekerjakandari masyarakat local di lokasi operasi yang signifikan
9	Aspek : Dampak Ekonomi Tidak Langsung	G4-DMA	Pengungkapan Pendekatan Manajemen untuk Dampak Ekonomi Tidak Langsung
10		G4-EC7	Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur dan jasa yang diberikan
11		G4-EC8	Dampak ekonomitidaklangsung yang signifikan, termasuk besarnya dampak
12	Aspek : Pengadaan	G4-DMA	Pengungkapan Pendekatan Manajemen untuk Praktik Pengadaan
13		G4-EC9	Perbandingan pembelian dari pemasok lokal di lokasi operasional yang signifikan
14	Aspek : Bahan	G4-DMA	Pengungkapan Pendekatan Manajemen untuk Bahan yang digunakan
15		G4-EN1	Bahan yang digunakan berdasarkan berat atau volume
16		G4-EN2	Persentase bahan yang digunakan yang merupakan bahan input daur ulang
17	Aspek : Energi	G4-DMA	Pengungkapan Pendekatan Manajemen untuk Energi yang digunakan
18		G4-EN3	Konsumsi energi dalam organisasi
19		G4-EN4	Konsumsi energi di luar organisasi
20		G4-EN5	Intensitas energi
21		G4-EN6	Pengurangan konsumsi energi
22		G4-EN7	Pengurangan kebutuhan energi pada produk dan jasa
23	Aspek : Air	G4-DMA	Pengungkapan Pendekatan Manajemen untuk Air yang digunakan
24		G4-EN8	Total pengambilan air berdasarkan sumber
25		G4-EN9	Sumber air yang secara signifikan dipengaruhi oleh pengambilan air
26		G4-EN10	Persentase dan total volume air yang didaur ulang dan digunakan kembali
27	Aspek :	G4-	Pengungkapan Pendekatan Manajemen untuk Manajemen Hayati

	Keanekaragaman Hayati	DMA	
28		G4-EN11	Lokasi-lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola di dalam, atau yang berdekatan dengan kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi di luar kawasan lindung
29		G4-EN12	Uraian dampak signifikan kegiatan, produk, dan jasa terhadap keanekaragaman hayati di kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi di luar kawasan lindung
30		G4-EN13	Habitat yang dilindungi dan dipulihkan
31		G4-EN14	Jumlah total spesies dalam <i>IUCN red list</i> dan spesies dalam daftar spesies yang dilindungi nasional dengan habitat di tempat yang dipengaruhi operasional, berdasarkan tingkat risiko kepunahan
32	Aspek : Emisi	G4-DMA	Pengungkapan Pendekatan Manajemen untuk Emisi
33		G4-EN15	Emisi gas rumah kaca (GRK) langsung (cakupan 1)
34		G4-EN16	Emisi gas rumah kaca (GRK) energi tidak langsung (cakupan 2)
35		G4-EN17	Emisi gas rumah kaca (GRC) tidak langsung lainnya (cakupan 3)
36		G4-EN18	Intensitas emisi gas rumah kaca (GRC)
37		G4-EN19	Pengurangan emisi gas rumah kaca (GRC)
38		G4-EN20	Emisi bahan perusak ozon (BPO)
39		G4-EN21	NO, SO dan emisi udara signifikan lainnya
40	Aspek : Efluen dan Limbah	G4-DMA	Pengungkapan Pendekatan Manajemen untuk Efluen dan Limbah
41		G4-EN22	Total air yang dibuang berdasarkan kualitas dan tujuan
42		G4-EN23	Bobot total limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan
43		G4-EN24	Jumlah dan volume total tumpahan signifikan
44		G4-EN25	Bobot limbah yang dianggap berbahaya menurut ketentuan konvensi Basel ² yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah dan persentase limbah yang diangkut untuk pengiriman internasional
45		G4-EN26	Identitas, ukuran, status lindung, dan nilai keanekaragaman hayati dari badan air dan habitat terkait yang secara signifikan terdampak dari air buangan dan limpahan dari organisasi
46	Aspek : Produk dan Jasa	G4-DMA	Pengungkapan Pendekatan Manajemen untuk produk dan Jasa
47		G4-EN27	Tingkat mitigasi dampak terhadap lingkungan produk dan jasa
48		G4-EN28	Persentase produk yang terjual dan kemasannya yang direklamasikan menurut kategori
49	Aspek : Kepatuhan	G4-	Pengungkapan Pendekatan Manajemen

		DMA	
50		G4-EN29	Nilai moneter denda signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter karena ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan lingkungan
51	Aspek : Transportasi	G4-DMA	Pengungkapan Pendekatan Manajemen untuk Transportasi
52		G4-EN30	Dampak lingkungan signifikan dari pengangkutan produk dan barang lain serta bahan untuk operasional organisasi dan pengangkutan tenaga kerja
53	Aspek : Lain-lain	G4-DMA	Pengungkapan pendekatan Manajemen untuk Lain-lain
54		G4-EN31	Total pengeluaran dan investasi perlindungan lingkungan berdasarkan jenis
55	Aspek : Asesmen Pemasok dan Lingkungan	G4-DMA	Pengungkapan Pendekatan Manajemen untuk Asesmen Pemasok dan Lingkungan
56		G4-EN32	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria lingkungan
57		G4-EN33	Dampak lingkungan negative signifikan aktual dan potensial dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
58	Aspek : Mekanisme Pengaduan Masalah Lingkungan	G4-DMA	Pengungkapan Pendekatan Manajemen untuk Mekanisme Pengaduan Masalah Lingkungan
59		G4-EN34	Jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
60	Aspek : Kepegawaian	G4-DMA	Pengungkapan Pendekatan Manajemen untuk Kepegawaian
61		G4-LA1	Jumlah total dan tingkat perekrutan karyawan purnawaktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atau paruh waktu, berdasarkan lokasi operasi yang signifikan
62		G4-LA2	Tunjangan yang diberikan bagi karyawan purnawaktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atau paruh waktu, berdasarkan lokasi operasi yang signifikan
63		G4-LA3	Tingkat kembali bekerja dan tingkat retensi setelah cuti melahirkan, menurut gender
64	Aspek : Hubungan Industrial	G4-DMA	Pengungkapan Pendekatan Manajemen untuk Hubungan Industrial
65		G4-LA4	Jangka waktu minimum pemberitahuan mengenai perubahan operasional, termasuk apakah hal tersebut masuk dalam perjanjian bersama
66	Aspek : Kesehatan dan Keselamatan Kerja	G4-DMA	Pengungkapan Pendekatan Manajemen untuk Kesehatan dan Keselamatan Kerja
67		G4-LA5	Persentase total tenaga kerja yang diwakili dalam komite bersama formal manajemen- perkara yang membantu mengawasi dan memberikan saran program kesehatan dan keselamatan kerja
68		G4-LA6	Jenis dan tingkat cedera, penyakit akibat kerja, hari hilang, dan kemangkiran, serta jumlah total kematian akibat kerja, menurut daerah dan gender
69		G4-LA7	Pekerja yang sering terkena dan beresiko tinggi terkena penyakit yang terkait dengan pekerjaan mereka
70		G4-LA8	Topik kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian formal dengan serikat pekerja

71	Aspek : Pelatihan dan Pendidikan	G4-DMA	Pengungkapan Pendekatan Manajemen untuk Pelatihan dan Pendidikan
72		G4-LA9	Jam pelatihan rata-rata per tahun per karyawan menurut gender, dan menurut kategori karyawan
73		G4-LA10	Program untuk manajemen keterampilan dan pembelajaran seumur hidup yang mendukung keberlanjutan kerja karyawan dan membantu mereka mengelola purnabakti
74		G4-LA11	Persentase karyawan yang menerima viukerja dan pengembangan karir secara reguler, menurut gender dan kategori karyawan
75	Aspek : Keberagaman dan Kesetaraan Peluang	G4-DMA	Pengungkapan Pendekatan Manajemen untuk Keberagaman dan Kesetaraan Peluang
76		G4-LA12	Komposisi badan tata kelola dan pengembangan karyawan per kategori karyawan menurut gender, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan indikator keberagaman lainnya
77	Aspek : Kesetaraan Rumerasi Perempuan dan Laki-laki	G4-DMA	Pengungkapan Pendekatan Manajemen untuk Kesetaraan Remunerasi Perempuan dan Laki-laki
78		G4-LA13	Rasio gaji pokok dan rumerasi bagi perempuan terhadap laki-laki menurut kategori karyawan berdasarkan lokasi yang signifikan
79	Aspek : Asesmen Pemasok atas Praktik Ketenagakerjaan	G4-DMA	Pengungkapan Pendekatan Manajemen untuk Asesmen Pemasok atas Praktik Ketenagakerjaan
80		G4-LA14	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria praktik ketenagakerjaan
81		G4-LA15	Dampak negative aktual dan potensial yang signifikan terhadap praktik ketenagakerjaan dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
82	Aspek : Mekanisme Pengaduan Masalah Ketenagakerjaan	G4-DMA	Pengungkapan Pendekatan Manajemen untuk Pengaduan Masalah Ketenagakerjaan
83		G4-LA16	Jumlah pengaduan tentang praktik ketenagakerjaan yang dianjurkan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
84	Aspek : Investasi	G4-DMA	Pengungkapan Pendekatan Manajemen untuk Investasi
85		G4-HR1	Jumlah total dan persentase perjanjian dan kontrak investasi yang signifikan yang menyertakan klausul terkait hak asasi manusia atau penapisan berdasarkan hak asasi manusia
86		G4-HR2	Jumlah waktu pelatihan karyawan tentang kebijakan atau prosedur hak asasi manusia terkait dengan aspek hak asasi manusia yang relevan dengan operasi, termasuk persentase karyawan yang dilatih
87	Aspek : Non-diskriminasi	G4-DMA	Pengungkapan Pendekatan Manajemen untuk Non-diskriminasi
88		G4-HR3	Jumlah total insiden diskriminasi dan tindakan yang diambil
89	Aspek : Kebebasan Berserikat	G4-DMA	Pengungkapan Pendekatan Manajemen untuk Kebebasan Berserikat dan Perjanjian Kerja Bersama

	dan Perjanjian Kerja Bersama		
90		G4-HR4	Operasi dan pemasok teridentifikasi yang mungkin melanggar atau berisiko tinggi melanggar hak untuk melaskan kebebasan berserikat dan perjanjian kerja bersama, dan tindakan yang diambil untuk mendukung al-haltersebut
91	Aspek : Pekerja Anak	G4-DMA	Pengungkapan Pendekatan Manajemen untuk Pekerja Anak
92		G4-HR5	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan eksploitasi pekerjaan dan tindakan yang diambil untuk berkontribusi dalam penghapusan pekerjaan yang efektif
93	Aspek : Pekerja Paksa atau Wajib Kerja	G4-DMA	Pengungkapan Pendekatan Manajemen untuk Pekerja Paksa atau Wajib Kerja
94		G4-HR6	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan pekerja paksa atau wajib kerja dan tindakan untuk berkontribusi dalam penghapusan segala bentuk pekerja paksa atau wajib kerja
95	Aspek : Praktik Pengamanan	G4-DMA	Pengungkapan Pendekatan Manajemen untuk Praktik Pengamanan
96		G4-HR7	Persentase tugas pengamanan yang dilatih dalam kebijakan atau prosedur hak asasi manusia yang relevan dengan operasi
97	Aspek : Hak Adat	G4-DMA	Pengungkapan Pendekatan Manajemen untuk Hak Adat
98		G4-HR8	Jumlah total insiden yang melibatkan hak-hak masyarakat adat dan tindakan yang diambil
99	Aspek : Asesmen	G4-DMA	Pengungkapan Pendekatan Manajemen untuk asesmen
100		G4-HR9	Jumlah total dan persentase operasi yang telah melakukan reviu atau asesmen dampak hak asasi manusia
101	Aspek : Asesmen Pemasok atas Hak Asasi Manusia	G4-DMA	Pengungkapan Pendekatan Manajemen untuk Asesmen Pemasok atas Hak Asasi Manusia
102		G4-HR10	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria hak asasi manusia
103		G4-HR11	Dampak negative aktual dan potensial yang signifikan terhadap hak asasi manusia dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
104	Aspek : Mekanisme Masalah Pengaduan Hak Asasi Manusia	G4-DMA	Pengungkapan Pendekatan Manajemen Mekanisme Masalah Pengaduan Hak Asasi Manusia
105		G4-HR12	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap hak asasi manusia yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan formal
106	Aspek : Masyarakat Lokal	G4-DMA	Pengungkapan Pendekatan Manajemen untuk Masyarakat Lokal
107		G4-SO1	Persentase operasi dengan pelibatan masyarakat lokal, asesmen, dampak, dan program pengembangan yang diterapkan
108		G4-SO2	Operasi dengan dampak negative aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat lokal

109	Aspek : Anti-korupsi	G4-DMA	Pengungkapan Pendekatan Manajemen untuk Anti-korupsi
110		G4-SO3	Jumlah total dan persentase operasi yang dinilai terhadap risiko terkait dengan korupsi dan risiko signifikan yang teridentifikasi
111		G4-SO4	Komunikasi dan pelatihan mengenai kebijakan prosedur anti-korupsi
112		G4-SO5	Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil
113	Aspek : Kebijakan Publik	G4-DMA	Pengungkapan Pendekatan Manajemen untuk Kebijakan Publik
114		G4-SO6	Nilai total kontribusi politik berdasarkan negara dan penerima/penerima manfaat
115	Aspek : Anti Persaingan	G4-DMA	Pengungkapan Pendekatan Manajemen untuk Anti Persaingan
116		G4-SO7	Jumlah total tindakan hukum terkait anti persaingan, anti-trust, serta praktik monopoli dan hasilnya
117	Aspek : Kepatuhan	G4-DMA	Pengungkapan Pendekatan Manajemen untuk Kepatuhan
118		G4-SO8	Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan
119	Aspek : Asesmen Pemasok atas Dampak pada Masyarakat	G4-DMA	Pengungkapan Pendekatan Manajemen untuk Asesmen Pemasok atas Dampak pada Masyarakat
120		G4-SO9	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria dampak terhadap masyarakat
121		G4-SO10	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
122	Aspek : Mekanisme Pengaduan Dampak terhadap Masyarakat	G4-DMA	Pengungkapan Pendekatan Manajemen untuk
123		G4-SO11	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap masyarakat yang diajukan, ditangani, diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
124	Aspek : Kesehatan dan Keselamatan Pelanggan	G4-DMA	Pengungkapan Pendekatan Manajemen untuk Kesehatan dan Keselamatan Pelanggan
125		G4-PR1	Persentase kategori produk dan jasa yang signifikan yang dampaknya terhadap kesehatan dan keselamatan yang dinilai untuk peningkatan
126		G4-PR2	Total jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan kode etik terkait dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa sepanjang daur hidup, menurut jenis hasil
127	Aspek : Pelabelan Produk dan Jasa	G4-DMA	Pengungkapan Pendekatan Manajemen untuk Pelabelan Produk dan Jasa
128		G4-PR3	Jenis informasi produk dan jasa yang diharuskan oleh prosedur organisasi terkait dengan informasi pelabelan produk dan jasa, serta persentase kategori produk dan jasa yang signifikan harus mengikuti persyaratan informasi sejenis

129		G4-PR4	Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, menurut jenis hasil
130		G4-PR5	Hasil survei untuk mengukur kepuasan pelanggan
131	Aspek : Komunikasi Pemasaran	G4-DMA	Pengungkapan Pendekatan Manajemen untuk Komunikasi Pemasaran
132		G4-PR6	Penjualan produk yang dilarang atau disengketakan
133		G4-PR7	Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela tentang komunikasi pemasaran, termasuk iklan, promosi, dan sponsor menurut jenis hasil
134	Aspek : Privasi Pelanggan	G4-DMA	Pengungkapan Pendekatan Manajemen untuk Privasi Pelanggan
135		G4-PR8	Jumlah total keluhan yang terbukti terkait dengan pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan
136	Aspek : Kepatuhan	G4-DMA	Pengungkapan Pendekatan Manajemen untuk Kepatuhan
137		G4-PR9	Nilai moneter denda yang signifikan atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan terkait penyediaan dan penggunaan produk dan jasa

Sumber: Global Reporting Initiative G4 (www.globalreporting.org)

Lampiran 3 :Luas Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

NAMA PERUSAHAAN	KODE	PERIODE			
		2013	2014	2015	2016
Astra Agro Lestari Tbk	AALI	0.64	0.73	0.73	0.60
Astra International Tbk	ASII	0.32	0.38	0.56	0.56
Bank Negara Indonesia Tbk	BBNI	0.41	0.44	0.39	0.39
Bank Rakyat Indonesia Tbk	BBRI	0.52	0.50	0.43	0.32
Bank Danamon Indonesia Tbk	BDMN	0.41	0.44	0.37	0.33
Bank MandiriTbk	BMRI	0.32	0.42	0.48	0.73
Indofood Sukses Makmur Tbk	INDF	0.15	0.20	0.18	0.13
JasaMargaTbk	JSMR	0.44	0.43	0.42	0.44
Perusahaan Gas Negara Tbk	PGAS	0.60	0.56	0.57	0.60
Semen Gresik Tbk	SMGR	0.52	0.53	0.44	0.30
Telekomunikasi Indonesia Tbk	TLKM	0.50	0.48	0.44	0.49
United Tractors Tbk	UNTR	0.47	0.49	0.44	0.51
Unilever Indonesia Tbk	UNVR	0.51	0.47	0.37	0.34

Lampiran 4 :Data Perhitungan *Return on Asset (ROA)*

NAMA PERUSAHAAN	KODE	PERIODE			
		2013	2014	2015	2016
Astra Agro Lestari Tbk	AALI	0,127	0,141	0,032	0,087
Astra International Tbk	ASII	0,104	0,094	0,064	0,070
Bank Negara Indonesia Tbk	BBNI	0,023	0,026	0,018	0,020
Bank Rakyat Indonesia Tbk	BBRI	0,034	0,030	0,029	0,026
Bank Danamon Indonesia Tbk	BDMN	0,022	0,014	0,013	0,016
Bank MandiriTbk	BMRI	0,026	0,024	0,023	0,014
Indofood Sukses Makmur Tbk	INDF	0,044	0,060	0,040	0,044
JasaMargaTbk	JSMR	0,044	0,038	0,036	0,034
Perusahaan Gas Negara Tbk	PGAS	0,205	0,120	0,062	0,045
Semen Gresik Tbk	SMGR	0,174	0,162	0,119	0,102
Telekomunikasi Indonesia Tbk	TLKM	0,158	0,152	0,140	0,162
United Tractors Tbk	UNTR	0,084	0,080	0,045	0,080
Unilever Indonesia Tbk	UNVR	0,715	0,402	0,372	0,382

Lampiran 5 :Data Perhitungan Tobins Q

NAMA PERUSAHAAN	KODE	PERIODE			
		2013	2014	2015	2016
Astra Agro Lestari Tbk	AALI	2.641.337	2.057.591,71	1.160.250	1.090.408
Astra International Tbk	ASII	1.286.430	1.273.532,06	989.677,3	1.279.340
Bank Negara Indonesia Tbk	BBNI	188.607,3	270.347,30	181.139,4	169.151,9
Bank Rakyat Indonesia Tbk	BBRI	282.766,3	354.786,09	317.644,7	284.097,8
Bank Danamon Indonesia Tbk	BDMN	194.425,1	219.392,35	161.462,9	201.525,1
Bank MandiriTbk	BMRI	247.354,7	291.101,41	234.792,1	257.419,6
Indofood Sukses Makmur Tbk	INDF	742.076,9	689.652	494.805,6	752.840,6
JasaMargaTbk	JSMR	1.132.681	1.504.805,66	967.462	549.081,5
Perusahaan Gas Negara Tbk	PGAS	2.026.308	1.881.717,73	698.999,1	712.802,2
Semen Gresik Tbk	SMGR	2.725.663	2.800.278,85	1.772.315	1.230.512
Telekomunikasi Indonesia Tbk	TLKM	1.693.774	2.049.696,90	1.883.483	2.233.627
United Tractors Tbk	UNTR	1.235.527	1.073.406,64	1.024.474	1.238.692
Unilever Indonesia Tbk	UNVR	26.502.794	17.257.524,31	17.947.298	17.678.813

Lampiran 6 : Hasil Output SPSS

PERSAMAAN 1

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized Residual

N		52
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5231040.52100000
Most Extreme Differences	Absolute	.401
	Positive	.401
	Negative	-.326
Test Statistic		.401
Asymp. Sig. (2-tailed)		.060 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2225258.771	2650781.787		.839	.405		
CSR	3097.814	33035.261	.013	.094	.926	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3854767.145	2256096.026		1.709	.094		
CSR	-14982.885	28116.505	-.075	-.533	.497	1.000	1.000

a. Dependent Variable: RES_3

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.013 ^a	.000	-.020	5283091.95700	1.887

a. Predictors: (Constant), CSR

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

PERSAMAAN 2

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		52
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1608322.16900000
Most Extreme Differences	Absolute	.140
	Positive	.140
	Negative	-.112
Test Statistic		.140
Asymp. Sig. (2-tailed)		.062 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	61064.192	829315.319		.074	.942		
CSR	-20556.050	10317.984	-.088	-1.992	.052	.989	1.011
Profitabilitas	400328.555	18478.490	.957	21.665	.000	.989	1.011

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF

	B	Std. Error	Beta			Toleranc e	VIF
1 (Constant)	576278.495	460866.854		1.250	.217		
CSR	3883.582	5733.907	.086	.677	.501	.989	1.011
Profitabilit as	36428.893	10268.861	.451	3.548	.511	.989	1.011

a. Dependent Variable: RES_4

UJI T

PERSAMAAN 1

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	245432155800.000	1	245432155800.000	.926 ^b	.009
	Residual	139555303200000.000	50	2791106063000.000		
	Total	139579846400000.000	51			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), CSR

PERSAMAAN 2

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	126387675400000.000	2	63193837680000.000	234.722	.000 ^b
	Residual	13192171020000.000	49	2692279799000.000		

Total	13957984640 00000.000	51			
-------	--------------------------	----	--	--	--

- a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan
b. Predictors: (Constant), Profitabilitas, CSR

REGRESI LINIER BERGANDA

Nama Variabel	Konstanta	Beta	t-Hitung	Sig
Persamaan 1				
CSR	3.854.767,145	-14.982,885	-,533	.047
Persamaan 2				
CSR	576.278,495	3.883,582	.677	.501
ROA		36.428,893	3.548	.511
MODERASI		-16845.887	-1.680	.009

Lampiran 7 :Bukti Konsultasi

BUKTI KONSULTASI

Nama : Nurma Safitri Rahmanda
NIM/Jurusan : 12510162/Manajemen
Pembimbing : Yona Octiani L, SE., MSA., CSRS., CSRA
JudulSkripsi : Pengaruh *Corporate Sosial Responsibility* (CSR)
Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai
Variabel Moderating

No.	Tanggal	MateriKonsultasi	TandaTangan Pembimbing
1	24 November 2016	KonsultasiJuduldan Bab I	1
2	27 Desember 2016	Konsultasi Bab I, II, dan III	2
3	28 Maret 2017	Revisi Bab I, II dan III	3
4	16 Agustus 2017	Konsultasi Bab IV dan V	4
5	09 September 2017	Revisi Bab IV dan V	5
6	15 Desember 2017	Konsultasi Bab IV dan V	6
7	20 Desember 2017	Konsultasi Bab IV	7
8	13 Januari 2018	ACC Bab IV dan V	8
9	18 Januari 2018	Revisi Bab IV dan V	9
10	12 Februari 2018	ACC KeseluruhanSetelahUjianSkripsi	10

Malang, 24 Juni 2019

Mengetahui,
Ketua Jurusan



Des. AgusSucipto, MM

NIP. 19670816200312 1 001

Lampiran 8 : Surat Plagiasi



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI**

Jalan Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

**SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME
(FORM C)**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Zuraidah, S.E.,M.SA
NIP : 197612102009122001
Jabatan : **UP2M**

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Nurma Safitri Rahmanda
NIM : 12510162
Handphone : 083134399279
Konsentrasi : Keuangan
Email : *nurma.safitri10@gmail.com*

Judul Skripsi : "Pengaruh *Corporate social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Suatu Studi Empiris Pada Perusahaan Sri Kehati Index Tahun 2013 – 2016)"

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut dinyatakan **BEBAS PLAGIARISME** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
23%	22%	2%	15%

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 24 Juni 2019
UP2M

Zuraidah, S.E.,M.SA
197612102009122001



LAMPIRAN 9 :Biodata Peneliti

BIODATA PENELITI

Nama : Nurma Safitri Rahmanda (avhy)

Tempat, Tanggal Lahir : Malang, 10 Maret 1994

Alamat : Jl. Muharto Gg II RT.01 RW.07

Kelurahan Jodipan Kecamatan Blimbing KotaMalang

Telepon/Hp : 082230968750

E-mail : merahmerahkecil@gmail.com

❖ Pendidikan Formal

- TK Muslimat NU 25 Malang Th. 1997-1999
- SDI KlojenKidul Malang Th. 1999-2005
- MTS Al- Ma'arif 1 Malang Th. 2005-2008
- SMKN 3 Malang Th. 2008-2011

❖ Pendidikan Non Formal

- Madrasah Diniyah Pondok Pesantren AL- FATAH Singosari- Malang
- Praktek Kerja Lapangan Integratif (PKLI) di Dinas Perindustrian dan Perdagangan (DISPERINDAG) Kota Malang
- Pelatihan SPSS Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
- Pelatihan Penelitian Integratif Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

❖ PengalamanOrganisasi

- Anggota Paduan Suara Kampus“Gema Gita Bahana”
- Anggota PMII angkatan 2012