

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP  
NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI  
VARIABEL MODERASI DI PERUSAHAAN MANUFAKTUR  
TAHUN 2018-2020**

**SKRIPSI**



Oleh :

**TANJUNG MIRA RIZKI**

**NIM: 16510047**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM  
MALANG  
2021**

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP  
NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI  
VARIABEL MODERASI DI PERUSAHAAN MANUFAKTUR  
TAHUN 2018-2020**

**SKRIPSI**

Diusulkan kepada:

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang  
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM)



Oleh :

**TANJUNG MIRA RIZKI**

**NIM: 16510047**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM  
MALANG  
2021**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP  
NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI  
VARIABEL MODERASI PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR  
TAHUN 2018-2020**

**Oleh**

**TANJUNG MIRA RIZKI  
NIM : 16510047**

Telah disetujui pada tanggal 18 Desember 2021

**Dosen Pembimbing,**



**Muhammad Sulhan, SE., MM.  
NIP: 197406042006041002**

Mengetahui :

**Ketua Jurusan,**



**Muhammad Sulhan, SE., MM. d.  
NIP: 197406042006041002**

## LEMBAR PENGESAHAN

# PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI DI PERUSAHAAN MANUFAKTUR TAHUN 2018-2020

## SKRIPSI

Oleh

**TANJUNG MIRA RIZKI**

NIM : 16510047

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji  
dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM)  
Pada Tanggal 14 Januari 2022

### Susunan Dewan Penguji

1. Ketua

Ayub Wijayati Sapta Pradana, M.Si  
NIP. 198609082019032008

2. Dosen Pembimbing/ Sekretaris

Muhammad Sulhan, S.E, M.M  
NIP. 197406042006041002

3. Penguji Utama

Dr. Hj. Umrotul Khasanah,  
NIP. 196702271998032001

### Tanda Tangan

()

()

()

Disahkan Oleh :  
Ketua Jurusan,  
  
**Muhammad Sulhan, S.E., MM.**  
NIP. 197406042006041002



## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tanjung Mira Rizki  
NIM : 16510047  
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 TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI DI PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2018-2020**

adalah hasil karya sendiri bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Selanjutnya apabila dikemudian 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.

Tulungagung, 16 Januari 2022

Hormat Saya,



Tanjung Mira Rizki

NIM :16510047

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucap rasa syukur kepada Allah SWT saya persembahkan karya sederhana ini untuk almarhum kedua orang tua saya, bapak dan ibu yang semasa hidupnya tiada hentinya mendoakan saya serta memberikan bantuan moril maupun materi.

Kakak (Mita, Dimas dan Ivan) dan adik (Farel) yang menjadi motivasi saya dalam menyelesaikan perkuliahan, serta tak lupa teman-teman yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu yang selalu memberikan semangat dan dorongan.



## MOTTO

Jangan terlalu ambil hati dengan ucapan seseorang, kadang manusia punya mulut  
tapi belum tentu punya pikiran



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur atas kehadiran Allah swt yang telah memberikan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya sehingga proposal skripsi ini dapat terselesaikan dengan judul **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi di Perusahaan Manufaktur Tahun 2018-2020“**. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan Nabi kita Muhammad saw yang telah membimbing kita dari kegelapan menuju jalan yang diridhoi Allah swt dan senantiasa istiqomah berjuang menegakkan Islam. Semoga kita termasuk golongan umatnya dan mendapatkan syafa’atnya di hari kiamat kelak. Aamiin.

Penulis menyadari bahwa penyusunan proposal skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa adanya bimbingan dan dukungan baik berupa moral, materil, maupun spriritual dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih yang tak terhingga kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, yakni Allah SWT yang senantiasa memberikan Rahmat, Hidayah serta Rezeki berupa kesehatan yang luar biasa guna untuk menyelesaikan penelitian skripsi ini hingga selesai
2. Bapak Prof. Dr. M. Zainuddin, MA selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
3. Bapak Dr. Misbahul Munir, Lc., M.EI selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
4. Bapak Muhammad Sulhan, SE.,MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
5. Bapak Muhammad Sulhan, SE., MM selaku Dosen Pembimbing yang telah



sabar memberikan arahan, masukan dan saran selama proses penulisan skripsi ini

6. Dosen pengajar yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan kepada penulis selama menempuh studi di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
7. Kedua Orang tua, Alm Bapak dan Almh Ibu yang selalu mendidik serta memberikan kasih sayang dengan semua doa-doanya yang di ijabah oleh Allah SWT demi kelancaran untuk menyelesaikan penelitian skripsi
8. Keluargaku tercinta, Palupi Pramitasari, Dimas Bayu, Farel Ilham dan semua yang tak bisa saya sebutkan di halaman ini. Mereka orang-orang kuat yang selalu berhasil memotivasi saya.
9. Untuk sahabat-sahabatku Mei Diah, Maulidyah, Karin, Imanu, Salsabila, Nadia terima kasih telah menjadi penyemangat dalam gundah dan pengingat di kala lalai dalam menyelesaikan penelitian skripsi
10. Keluarga kecil saya Lisa Umami, Galuh Sukma, Wiwit Feni. Terima kasih selalu memberikan semangat dan senantiasa membantu meringankan beban saya dalam menyelesaikan penelitian skripsi. Berproses bersama kalian luar biasa tak terdefiniskan
11. Teman-teman seperjuangan Manajemen 2016 khususnya yang konsentrasi Keuangan
12. Seluruh pihak yang terlibat langsung maupun tidak langsung, penulis ucapkan banyak terima kasih atas partisipasinya dan waktu kalian dalam perjuangan penyelesaian skripsi ini

Penulis menyadari segala kerendahan hati bahwa penulisan skripsi ini masih

jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, peneliti berharap adanya kritik dan saran yang membangun untuk para peneliti selanjutnya. Dan semoga penelitian skripsi ini bisa bermanfaat bagi peneliti dan pihak lainnya. Amiin ya rabbal alamiin

Tulungagung, 16 Januari 2022

Peneliti



## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
ABSTRAK .....	xv
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB 2 KAJIAN PUSTAKA</b>	
2.1 Hasil-hasil Penelitian Terdahulu .....	12
2.2 Kajian .....	22
2.3 Kerangka Berpikir.....	39
2.4 Hipotesis Penelitian .....	40
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	41
3.2 Lokasi Penelitian.....	41
3.3 Populasi dan sampel Penelitian.....	41
3.4 Teknik pengambilan sampel .....	42
3.5 Data dan jenis data .....	44
3.6 Teknik pengumpulan data.....	44
3.7 Definisi operasional Variabel.....	44
3.8 Analisis data.....	46
<b>BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Hasil Penelitian .....	52
4.2 Pembahasan .....	66

**BAB 5 PENUTUP**

5.1 Kesimpulan .....	76
5.2 Saran .....	77

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu

Tabel 3.1 Daftar Sampel

Tabel 4.1 Kriteria Sampel

Tabel 4.2 Uji Normalitas

Tabel 4.3 Autokorelasi

Tabel 4.4 Nilai VIF Uji Multikolinieritas

Tabel 4.5 Regresi Linear Berganda

Tabel 4.6 Uji T

Tabel 4.7 Uji ANOVA

Tabel 4.8 Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4.9 Regresi MRA dengan Variabel ROE

Tabel 4.10 Uji T dengan MRA Variabel Profitabilitas

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkembangan Perekonomian Indonesia

Gambar 2.2 Kerangka Berfikir

Gambar 4.1 Scatterplot



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Daftar Sampel Perusahaan

Lampiran 2 : Data CSR, ROE dan EPS

Lampiran 3 : Hasil Penelitian



## ABSTRAK

Tanjung Mira Rizki. 2021, SKRIPSI, Judul : “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi di Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2020”

Pembimbing : Muhammad Sulhan, SE., MM.

Kata Kunci : CSR, Profitabilitas, Nilai Perusahaan

---

Di Indonesia perkembangan industri manufaktur cukup pesat, hal ini dapat dilihat dari perkembangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemegang saham, karena dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Beberapa investor juga melihat seberapa besar nilai CSR yang dikeluarkan perusahaan, Ditekankan pada perusahaan manufaktur karena sebagai perusahaan pengolah bahan mentah menjadi barang jadi sehingga kecenderungan menghasilkan limbah lebih besar dan akan mengganggu lingkungan sekitar maupun masyarakat, sehingga perlu keseimbangan dalam wujud CSR dari perusahaan sebagai salah satu wujud tanggung jawab sosial kepada masyarakat sekitar dan nama baik perusahaan. Kumpulan perusahaan manufaktur yang ada di BEI sebagai tolok ukur perusahaan yang sudah *go public* dan memiliki laporan indeks yang menjadi daya tawar kepada investor sehingga dari penjelasan di atas peneliti mengambil judul dalam penelitian ini, yaitu “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel moderasi (Studi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2018-2020)”

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sampel yang diambil lolos seleksi ada 20 perusahaan manufaktur dengan data keuangan tahunan dari tahun 2018-2020, Analisis data menggunakan uji regresi linier berganda dan *Moderated Regression Analysis* (MRA), dengan membandingkan hasil uji regresi sebelum dan sesudah di moderasi variabel moderasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (PER), Profitabilitas (ROE) tidak berpengaruh terhadap nilai Perusahaan, dan melalui profitabilitas sebagai moderating memperkuat pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan, artinya ROE memoderasi hubungan CSR terhadap Nilai Perusahaan



## ABSTRACT

Tanjung Mira Rizki. 2021, Thesis, Title : "The Influence of Corporate Social Responsibility on Company Value With Profitability As a Moderating Variable in Manufacturing Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange in 2018-2020"

Supervisor : Muhammad Sulhan, SE., MM.

Keywords : CSR, Profitability, Company Value

---

---

In Indonesia, the development of the manufacturing industry is quite rapid, this can be seen from the development of manufacturing companies listed on the BEI from year to year which have increased. A high company value is the desire of shareholders, because a high value indicates that the prosperity of shareholders is also high. Some investors also see how big the value of CSR issued by the company is. Emphasis is on manufacturing companies because as a company processing raw materials into finished goods so that the tendency to produce waste is greater and will disrupt the surrounding environment and society, so it needs a balance in the form of CSR from the company as one of the a form of social responsibility to the surrounding community and the good name of the company. A collection of manufacturing companies on the IDX as a benchmark for companies that have gone public and have index reports that become bargaining power to investors so that from the explanation above the researchers took the title in this study, namely "The Influence of Corporate Social Responsibility on Company Value with Profitability as a variable moderation (Study on manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the period 2018-2020)"

This study uses a quantitative approach with the sample taken passing the selection there are 20 manufacturing companies with annual financial data from 2018-2020, data analysis using multiple linear regression and Moderated Regression Analysis (MRA), by comparing the results of the regression test before and after being moderated moderating variable.

The results showed that CSR had no significant effect on firm value (PER), profitability (ROE) had no effect on firm value, and through profitability as moderating strengthened the influence of CSR on firm value, meaning that ROE moderated the relationship between CSR and firm value.

## الملخص

تanjong ميرا رزقي. 2021، البحث العلمي، العنوان: "تأثير المسؤولية الاجتماعية للشركة على قيمة الشركة مع الربحية كالمتغير المعتدل في شركة التصنيع المدرجة في بورصة إندونيسيا في 2018-2020"

المشرف: محمد سلحان ، الماجستير.  
الكلمات الرئيسية: المسؤولية الاجتماعية للشركات، الربحية، قيمة الشركة

في إندونيسيا، تطور الصناعة التحويلية سريع جدا، ويمكن الملاحظة في ذلك من خلال تطور شركات التصنيع المدرجة في بورصة إندونيسيا من سنة إلى أخرى والتي زادت. القيمة العالية للشركة هي رغبة المساهمين، لأن القيمة العالية تشير إلى أن ازدهار المساهمين مرتفع أيضاً. يرى بعض المستثمرين أيضاً حجم قيمة المسؤولية الاجتماعية للشركات التي تصدرها الشركة. يتم التركيز على شركات التصنيع لأن الشركة تقوم بمعالجة المواد الخام وتحويلها إلى سلع تامة الصنع بحيث يكون الميل إلى إنتاج النفايات أكبر مما يؤدي إلى اضطراب البيئة المحيطة والمجتمع، لذلك يحتاج إلى توازن في شكل المسؤولية الاجتماعية للشركات من الشركة كأحد أشكال المسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع المحيط والسمعة الطيبة للشركة. مجموعة من شركات التصنيع في بورصة إندونيسيا كمييار للشركات التي تم طرحها للاكتتاب العام ولديها تقارير مؤشر أصبحت قوة تفاوضية للمستثمرين، ومن الشرح أعلاه أخذ الباحثون العنوان في هذا البحث، وهو "تأثير المسؤولية الاجتماعية للشركات" حول قيمة الشركة مع الربحية كمعدل متغير (دراسة عن شركات التصنيع المدرجة في بورصة إندونيسيا للفترة 2018-2020)"

يستخدم هذا البحث منهجاً كمياً مع العينة المأخوذة التي اجتازت الاختيار، فهناك 20 شركة تصنيع لديها بيانات مالية سنوية من 2018-2020، وتحليل البيانات باستخدام الانحدار الخطي المتعدد وتحليل الانحدار المتوسط، من خلال مقارنة نتائج اختبار الانحدار من قبل. وبعد اعتدال المتغير. أظهرت النتائج أن المسؤولية الاجتماعية للشركات لم يكن لها تأثير معنوي على قيمة الشركة، ولم يكن للربحية أي تأثير على قيمة الشركة، ومن خلال الربحية، حيث عزز الاعتدال تأثير المسؤولية الاجتماعية للشركات على قيمة الشركة، مما يعني أن العائد على حقوق المساهمين أدار العلاقة بين المسؤولية الاجتماعية للشركات وقيمة ثابتة.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Indonesia memiliki potensi ekonomi yang tinggi, potensi yang sudah mulai diperhatikan dunia internasional dan memiliki berbagai karakteristik yang menempatkan negara Indonesia ini dalam posisi yang sangat bagus untuk mengalami perkembangan ekonomi yang sangat pesat. Dalam beberapa tahun terakhir mendapat dukungan kuat dari pemerintah pusat untuk mengekang ketergantungan Indonesia pada ekspor komoditas (mentah), sekaligus meningkatkan peran industri manufaktur dalam perekonomian. Pembangunan infrastruktur juga merupakan tujuan utama pemerintah, yang menyebabkan efek multiplier dalam perekonomian. Perkembangan ekonomi suatu negara dapat diukur dengan pertumbuhan ekonomi, yang menunjukkan pertumbuhan produksi barang dan jasa di suatu wilayah perekonomian dalam selang waktu tertentu. PDB dapat digunakan sebagai salah satu indikator untuk mengukur kinerja perekonomian suatu negara atau sebagai cerminan keberhasilan suatu pemerintahan dalam menggerakkan sektor-sektor ekonomi. (Kementerian PPN/Bappenas)

Gambar 1.1

Grafik Perkembangan Perekonomian Indonesia (PDB)



Grafik 1.1 menunjukkan bahwa pada triwulan I 2019 perkembangan perekonomian Indonesia mengalami penurunan, perkembangan perekonomian ini masih terbilang tinggi. Pertumbuhan tersebut lebih rendah dibandingkan dengan triwulan sebelumnya, sesuai dengan pola musiman. Pada triwulan II 2018 perekonomian Indonesia mengalami kenaikan sebesar 5,27 persen. Kondisi pertumbuhan ekonomi Indonesia pada tahun 2018 merupakan pertumbuhan terbaik dalam 4 tahun terakhir. Angka tersebut merupakan pertumbuhan tertinggi pada triwulan I dalam 5 tahun terakhir, yang menunjukkan adanya penguatan ekonomi domestik. Meskipun angka perkembangan perekonomian Indonesia fluktuatif, kenaikan angka perkembangan perekonomiannya sangat signifikan.

Indonesia sebagai salah satu negara terbesar di dunia ternyata memiliki berbagai peranan penting di antara negara-negara yang ada di Asia Tenggara. Di antara peranan tersebut yang paling menonjol yakni perkembangan industri

manufaktur. Di dalam skala nasional ini industri manufaktur memberikan sumbangsing berupa peningkatan perekonomian sebesar 20,27% dengan menggeser peran *Commodity Based* menjadi *Manufacture Based*. Hasilnya di Asia Tenggara, khususnya Indonesia menjadi basis manufaktur terbesar. Industri manufaktur di Indonesia ternyata memiliki kemampuan lebih produktif serta memberikan efek berantai secara luas. Dengan semacam ini, peningkatan nilai tambah bahan baku, pertambahan jumlah tenaga kerja, serta tingginya devisa negara dengan mencatatkan pajak dan bea cukai terbesar pun akan terjadi. Terjadinya perkembangan industri manufaktur di Indonesia disebabkan oleh adanya metode hilirisasi yang diterapkan pemerintah. Hal ini patut didukung oleh peningkatan investasi dan kinerja ekspor untuk mempertahankan nilai industri manufaktur. (knic.co.id)

Di Indonesia perkembangan industri manufaktur cukup pesat, hal ini dapat dilihat dari perkembangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dari tahun ke tahun mengalami peningkatan, sehingga dalam hal ini tidak menutup kemungkinan perusahaan ini sangat dibutuhkan masyarakat dan prospeknya akan menguntungkan dimasa kini maupun dimasa yang akan datang. Saat ini persaingan di industri manufaktur semakin ketat, karena banyaknya produk impor yang sangat mudah masuk ke pasar Indonesia serta semakin banyaknya produk-produk illegal yang menjadi hambatan bagi perusahaan di industri manufaktur untuk menguasai pasar di Indonesia.

Menurut Sartono (2010) nilai perusahaan adalah nilai jual sebuah perusahaan sebagai suatu bisnis yang sedang beroperasi. Adanya kelebihan

nilai jual diatas nilai likuiditas adalah nilai dari organisasi manajemen yang menjalankan perusahaan itu. Semakin tinggi harga saham perusahaan semakin tinggi nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemegang saham, karena dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan yang dipresentasikan oleh harga pasar dari saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan (*financing*) dan manajemen asset. Nilai perusahaan yang tinggi membuat pasar percaya, tidak hanya kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa mendatang.

Gapensi (1996) menyatakan bahwa nilai perusahaan sangat penting karena, nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi nilai perusahaan. Nilai perusahaan dapat dilihat dari kemampuan perusahaan membayar deviden. Besarnya deviden ini dapat mempengaruhi harga saham. Apabila dividen yang dibayar tinggi, harga saham cenderung tinggi sehingga nilai perusahaan juga tinggi. Jensen (2001) menyatakan bahwa untuk memaksimalkan nilai perusahaan dalam jangka panjang, manager dituntut untuk membuat keputusan yang mempertimbangkan semua stakeholders karena, manger akan dinilai kinerjanya berdasarkan keberhasilannya mencapai tujuan.

Dalam penelitian ini, nilai perusahaan diprosikan melalui *Price to Earning Ratio* (PER), Karena *Price Earning Ratio* adalah rasio yang menunjukkan perbandingan harga saham terhadap manfaat yang akan

diperoleh. Pada dasarnya PER memberikan indikasi tentang jangka waktu yang diperlukan untuk mengembalikan dana pada tingkat harga saham dan keuntungan perusahaan pada suatu periode tertentu (Halim,2003). Menurut Hartono (2009) PER menunjukkan ratio dari harga saham terhadap *earnings*. Ratio ini menunjukkan berapa besar investor menilai harga dari saham terhadap kelipatan dari *earnings*. PER menunjukkan rasio dari harga saham terhadap *earnings*. Rasio ini menunjukkan berapa besar investor menilai harga saham terhadap kelipatan dari *earnings*. Bagi para investor semakin tinggi *price earning ratio* maka pertumbuhan laba yang diharapkan juga akan mengalami kenaikan (Languju,2016)

Untuk mengikuti perkembangan bisnis yang semakin kompleks diperlukan keseimbangan informasi yang sesuai dan memadai, sehingga perusahaan dituntut untuk lebih transparan dalam mengungkapkan informasi perusahaannya. Pada saat banyak perusahaan yang semakin berkembang pesat, maka pada saat itu pula dapat terjadi kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan sekitar. Oleh karena itu, muncul pula kesadaran yang berasal dari perusahaan swasta dalam mengurangi dampak negatif tersebut yaitu dengan mengembangkan apa yang disebut *Corporate Sosial Responsibility (CSR)*.

Di Indonesia wacana mengenai kesadaran akan perlunya menjaga lingkungan dan tanggung jawab sosial telah diatur dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 pasal 74 tahun 2007 yang menjelaskan bahwa perusahaan dalam menjalankan kegiatan usaha yang berhubungan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Rustiarini (2010), menyatakan bahwa perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan dapat menggunakan informasi tanggung jawab sosial sebagai keunggulan kompetitif perusahaan.

Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik akan mendapatkan respon positif dari para investor melalui peningkatan harga saham. CSR tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang membumi dalam satu bottom line, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang tercermin dalam kondisi keuangannya (*finansial*) saja. Tetapi tanggung jawab perusahaan harus didasarkan pada triple bottom line. Di sini, garis bawah lain selain keuangan, ada juga masalah sosial dan lingkungan, karena kondisi keuangan tidak cukup untuk menjamin nilai perusahaan secara berkelanjutan (*sustainable*). Keberlangsungan perusahaan akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan CSR sebagai suatu komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dalam kebebasan menjalankan praktik bisnis dan memperoleh sumber daya perusahaan. Kotler dan Lee (2005) menyatakan bahwa perusahaan-perusahaan memberikan fasilitas-fasilitas untuk menjalankan CSR yang mana hal tersebut merupakan salah satu strategi bisnis yang dilakukannya.

Menurut Wibisono (2007) CSR adalah suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat atau masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerja beserta keluarganya. Cheng



dan Yulius (2011) mengatakan bahwa pengungkapan CSR merupakan proses pemberian informasi kepada kelompok yang berkepentingan tentang aktivitas perusahaan serta dampaknya terhadap sosial dan lingkungan. Pengungkapan CSR pada perusahaan akan dinilai dengan membandingkan jumlah pengungkapan yang dilakukan perusahaan dengan yang disyaratkan oleh *Global Reporting Initiative* (GRI) yang berjumlah 79 item pengungkapan.

Tingkat ratio CSR pada perusahaan menentukan bagaimana *public* memandang perusahaan dari segi kebermanfaatannya bagi lingkungan, saat nilai rasio CSR pada perusahaan besar maka investor akan memandang peluang investasi jangka panjang yang besar sehingga akan mempengaruhi nilai perusahaan. Dukungan dari lingkungan dan masyarakat memberikan point lebih pada perusahaan untuk memperoleh nama baik dan profit maksimal. Disisi lain besarnya CSR juga bisa mengurangi profitabilitas yang seharusnya bisa masuk kedalam profit perusahaan dianggarkan untuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan.

Salah satu penelitian terkait CSR terhadap nilai perusahaan yang diprosikan menggunakan PER, seperti penelitian yang dilakukan oleh Afni Hilmiyati dkk (2019), menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, penelitian yang dilakukan Helmi (2018), menunjukkan hasil CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan hasil penelitian yang dilakukan Baureukat (2018) bertolak belakang yang menunjukkan hasil bahwa CSR berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas perusahaan akan mempengaruhi kebijakan investor tentang investasi yang dilakukan. Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dapat memikat investor untuk menginvestasikan modalnya untuk mengembangkan bisnis mereka. Profitabilitas bisa diprosikan melalui jenis-jenis rasio profitabilitas yang dapat digunakan adalah: (1) *return on asset* (ROA), (2) *return on investment* (ROI), (3) *return on equity* (ROE) (Kasmir, 2016:45). Dalam penelitian ini pengukuran pada rasio profitabilitas dapat menggunakan rasio *Return On Equity* (ROE). Menurut Sartono (2001) dalam Nofrita (2013), profitabilitas yaitu suatu kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan untuk memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva atau dengan modal (ekuitas) sendiri. Dalam penelitian ini indikator yang digunakan adalah *Return On Equity* (ROE) sebagai ukuran profitabilitas perusahaan.

Pengaruh profitabilitas ini pernah diteliti oleh Ni Made ddk, dengan judul *Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Mengungkapkan Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*, data yang digunakan ada 28 perusahaan dengan laporan keuangan dari tahun 2013-2015, Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas (ROE) memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap perusahaan. Sedangkan

CSR sebagai variabel moderasi bukan kekuatan hubungan antara profitabilitas (ROE) dan nilai perusahaan.<sup>1</sup>

Dalam beberapa penelitian sebelumnya bahwa profitabilitas belum tentu akan memperkuat hubungan antara CSR dan nilai perusahaan, karena belum tentu profit yang tinggi bersalah dari CSR perusahaan, bisa jadi justru profit berkurang karena tanggung jawab untuk beban CSR. Perusahaan hal ini sama dengan penelitian mengenai profitabilitas terhadap nilai perusahaan menunjukkan hasil yang tidak konsisten dan juga bervariasi. Ditekankan pada perusahaan manufaktur karena sebagai perusahaan pengolah bahan mentah menjadi barang jadi sehingga kecenderungan menghasilkan limbah lebih besar dan akan mengganggu lingkungan sekitar maupun masyarakat, sehingga perlu keseimbangan dalam wujud CSR dari perusahaan sebagai salah satu wujud tanggung jawab sosial kepada masyarakat sekitar dan nama baik perusahaan.

Alasan peneliti mengambil terkait CSR, profitabilitas dan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur karena perusahaan manufaktur terdiri dari berbagai subab sektor industri, sehingga dapat mencerminkan kondisi perusahaan secara keseluruhan. Perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang menjual produknya yang dimulai dengan proses produksi yang tidak terputus mulai dari pembelian bahan baku, proses pengolahan bahan hingga menjadi produk yang siap untuk jual. Kumpulan perusahaan manufaktur yang

---

<sup>1</sup> Ni Made dkk, Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia, Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian-Denpasar, 30 September 2018

ada di BEI sebagai tolok ukur perusahaan yang sudah *go public* dan memiliki laporan indeks yang menjadi daya tawar kepada insvestor sehingga dari penjelasan di atas peneliti mengambil judul dalam penelitian ini, yaitu **“Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel moderasi (Studi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2018-2020)”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Dari penjabaran latar belakang di atas, peneliti menarik beberapa rumusan masalah yaitu:

1. Apakah aktivitas CSR yang diungkapkan akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah profitabilitas akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah profitabilitas dapat memoderasi hubungan CSR dan nilai perusahaan?

## 1.3 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan
2. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan
3. Untuk mengetahui hubungan CSR terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating

## 1.4 Manfaat

Dari hasil penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam ilmu manajemen dan pengembangan teori, terutama yang berkaitan dengan *Corporate Social Responsibility* dan nilai perusahaan terhadap profitabilitas. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai referensi dalam penelitian-penelitian selanjutnya.

2. Bagi perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengaplikasikan variabel-variabel penelitian ini untuk membantu meningkatkan nilai perusahaan serta sebagai bahan pertimbangan emitmen untuk mengevaluasi kinerja manajemen dimasa yang akan datang

3. Bagi investor

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan dan pengetahuan terkait metode analisis yang dapat menjadi dasar pengambilan investasi

4. Bagi peneliti yang akan datang

Dapat menjadi salah satu wawasan dan sumbangan pemikiran untuk mendukung penelitian selanjutnya.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Ganang Radityo dan Sugeng Wahyudi (2015), dengan judul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kepemilikan Manajerial Sebagai Variabel Pemoderasi” memiliki tujuan untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan kepemilikan manajerial sebagai variabel moderasi. Analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Memperoleh hasil kepemilikan manajerial tidak mampu secara signifikan menguatkan pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan Wenni Wayuandari (2015), dengan judul “Pengaruh Tingkat Profitabilitas Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR Perusahaan” memiliki tujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh ROA, ROE terhadap pengungkapan CSR. Analisis dalam penelitian ini menggunakan metode regresi berganda. Memperoleh hasil bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap ROA sedangkan terhadap ROE berpengaruh

Penelitian yang dilakukan oleh Mega dkk (2015), dengan judul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Profitabilitas Perusahaan” (Studi Pada Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar di

Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2014) memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh signifikan baik secara simultan maupun secara parsial antara CSR terhadap ROA, ROE dan EPS. Analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Memperoleh hasil bahwa CSR berpengaruh positif terhadap ROA, ROE dan EPS secara simultan maupun secara parsial.

Penelitian yang dilakukan oleh Ayu Kemala Putri dkk (2016), dengan judul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan dan Jumlah Dewan Komisaris sebagai Variabel Pemoderasi” memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan menguji ukuran perusahaan dan jumlah dewan komisaris sebagai variabel moderating. Analisis dalam penelitian ini menggunakan Moderated Regression Analysis (MRA). Memperoleh hasil *Corporate Social Responsibility* tidak mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan, serta ukuran perusahaan dan jumlah dewan komisaris mampu memoderasi CSR terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Duma Rahel (2016), dengan judul “Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan” memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. Analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Memperoleh hasil bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Wenny Rizky (2016), dengan judul “Pengaruh Current Ratio, Debt To Equity Ratio, Total Asset Turnover dan Net Profit Margin Terhadap Price Earning Ratio” memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh Current Ratio, Debt To Equity Ratio, Total Asset Turnover dan Net Profit Margin terhadap PER. Analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif. Memperoleh hasil bahwa Net Profit Margin tidak berpengaruh terhadap Price Earnings Ratio.

Penelitian yang dilakukan oleh Ihwan Sunaryo dkk (2018), dengan judul “Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi” memiliki tujuan untuk menganalisis profitabilitas dalam memperkuat pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap nilai perusahaan. Analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi. Memperoleh hasil bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Helmi Arif (2018), dengan judul “Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Kinerja Keuangan (Price Earning Ratio)” memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap nilai perusahaan melalui kinerja keuangan. Analisis dalam penelitian ini menggunakan Warp PLS. Memperoleh hasil bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan melalui kinerja keuangan.



Penelitian yang dilakukan oleh Baureukat (2018), dengan judul “Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderating” memiliki tujuan untuk menguji apakah CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Analisis dalam penelitian ini menggunakan Moderated Regression Analysis (MRA). Memperoleh hasil bahwa CSR berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan yang diproksikan dengan PER

Penelitian yang dilakukan oleh Putri dkk, (2019), dengan judul “Pengaruh ROA, ROE terhadap CSR” memiliki tujuan untuk menguji apakah ROA, ROE Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap CSR. Analisis dalam penelitian ini menggunakan Regresi Linier berganda. Memperoleh hasil bahwa ketig variable berpengaruh terhadap CSR.

Penelitian yang dilakukan oleh Afni Hilmiyati dkk (2019), dengan judul “Pengaruh Biaya Corporate Social Responsibility Terhadap Peningkatan Nilai Perusahaan” memiliki tujuan untuk mengetahui, mengkaji dan menganalisis pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap peningkatan nilai perusahaan. Analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi. Memperoleh hasil bahwa pengaruh CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Aliah dkk (2019), dengan judul “Pengaruh CSR Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Yang Terdaftar di BEI” memiliki tujuan untuk mengetahui, mengkaji dan menganalisis pengaruh

Corporate Social Responsibility terhadap profitabilitas perusahaan. Analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi. Memperoleh hasil bahwa CSR berpengaruh positif terhadap profitabilitas.



**Tabel 2.1**  
**Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Variabel	Fokus Penelitian	Metode Analisis	Hasil
1.	Ganang Radityo dan Sugeng Wahyudi (2015) “Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Kepemilikan Manajerial sebagai Variabel Moderasi	1. Variabel Independen ( <i>Corporate Social Responsibility</i> ) dan Profitabilitas 2. Variabel Dependen (Nilai Perusahaan) 3. Variabel Moderasi (Kepemilikan Manajerial)	Menguji pengaruh CSR dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan dimoderasi oleh kepemilikan manajerial	Analisis Regresi berganda	Variabel CSR tidak memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap PBV. Setelah disertakan variabel moderasi CSR tidak memiliki pengaruh terhadap PBV dengan dimasukkannya variabel pemoderasi.
2.	Wenni Wahyuandari (2015) “Pengaruh Tingkat Profitabilitas Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR Perusahaan”	1. Variabel independen (CSR) 2. Variabel Dependen (ROA dan ROE)	Menguji pengaruh CSR terhadap profitabilitas yang diukur dengan ROA dan ROE	Metode regresi liner berganda	CSR tidak memiliki pengaruh terhadap ROA, sedangkan ROE mempengaruhi nilai CSR Perusahaan di BEI.

3.	Mega dkk (2015) “Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Terhadap Profitabilitas Perusahaan” (Studi Pada Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2014)	1. Variabel independen (CSR) 2. Variabel dependen (ROA, ROE, EPS)	Menguji pengaruh CSR terhadap ROA, ROE, EPS	Analisis linier regresi berganda	Hasil penelitian menunjukkan ketiga variable berpengaruh terhadap ROA, ROE dan EPS
4.	Wahyuning Ambar Setianigrum, (2015), Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2011-2013)	1. Variabel Independen ( <i>Corporate Social Responsibility</i> ) 2. Variabel Dependen (Tobin’s Q) 3. Variabel Moderasi (ROE)	Menguji pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan dimoderasi oleh profitabilitas	Moderated regression analysis (MRA)	CSR tidak berpengaruh Terhadap Profitabilitas, ROE berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan Profitabilitas mampu memoderasi hubungan CSR dan Nilai Perusahaan.
5.	Ayu Kemala dkk (2016) “Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i>	1. Variabel Independen ( <i>Corporate</i>	Menguji pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan yang	Moderated regression analysis (MRA)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai perusahaan tidak dipengaruhi oleh <i>Corporate</i>

	terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan dan Jumlah Dewan Komisaris sebagai Variabel Pemoderasi”	<p>Social Responsibility)</p> <p>2. Variabel Dependen (Nilai Perusahaan)</p> <p>3. Variabel Moderasi (Ukuran Perusahaan dan Jumlah Dewan Komisaris)</p>	diukur dengan PBV		<i>Social Responsibility</i> . Nilai perusahaan akan dipengaruhi oleh CSR dengan dimoderasi oleh ukuran perusahaan dan jumlah dewan komisaris.
6.	Duma Rahel Situmorang (2017) “Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan”	<p>1. Variabel Independen (Kinerja Keuangan)</p> <p>2. Variabel Dependen (Nilai Perusahaan)</p>	Menguji pengaruh NPM terhadap PER.	Analisis regresi linier berganda	Menunjukkan hasil bahwa NPM berpengaruh positif terhadap PER.
7.	Weny Rizky Dewanti (2016) “Pengaruh Current Ratio, Debt To Equity Ratio, Total Asset Turnover dan Net Profit Margin terhadap Price Earning Ratio”	<p>1. Variabel Independen (CR, DER, TATO dan NPM)</p> <p>2. Variabel Dependen (PER)</p>	Menguji pengaruh NPM terhadap PER	Analisis statistik deskriptif	Variabel net profit margin tidak berpengaruh terhadap Price earnings ratio
8.	Ihwan Sunaryo dkk (2018) “Pengaruh	1. Variabel Independen	Menguji pengaruh CSR	Analisis regresi linier berganda	Corporate social responsibility berpengaruh positif terhadap

	<i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating”	<p>(<i>Corporate Social Responsibility</i>)</p> <p>2. Variabel Dependen (Nilai Perusahaan)</p> <p>3. Variabel Moderasi (Profitabilitas)</p>	terhadap nilai perusahaan yang diukur dengan PBV		nilai perusahaan. Nilai koefisien regresi CSR adalah positif terhadap nilai perusahaan sehingga semakin tinggi CSR maka nilai perusahaan juga semakin meningkat.
9.	Helmi Arif Prasetya (2018) “Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Kinerja Keuangan”	<p>1. Variabel Independen (<i>Corporate Social Responsibility</i>)</p> <p>2. Variabel Dependen (Nilai Perusahaan)</p> <p>3. Variabel moderasi (kinerja keuangan)</p>	Menguji pengaruh pengungkapan CSR terhadap <i>Price Earning Ratio</i>	Analisis WarpPLS	Hasil penelitian menggambarkan bahwa CSR berpengaruh positif ke nilai perusahaan
10.	Ni Kadek dan Luh Gede, (2018), Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan <i>Corporate Social Responsibility</i>	<p>1. Variabel Independen (ROA)</p> <p>2. Variabel Dependen (PBV)</p> <p>3. Variabel moderasi (CSR)</p>	Menguji pengaruh ROA terhadap PBV yang diukur dengan CSR	Moderated Regression Analysis (MRA)	Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. CSR Ekonomi dan Sosial memperlemah pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, sedangkan CSR Lingkungan tidak mampu memoderasi

	Sebagai Variabel Moderasi				pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan
11.	Baureukat	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Variabel Independen (Profitabilitas)</li> <li>2. Variabel Dependen (Nilai Perusahaan)</li> <li>3. Variabel moderating (Corporate Social Responsibility)</li> </ol>	Menguji <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap nilai perusahaan yang diprosikan dengan PER	Moderated Regression Analysis (MRA)	CSR berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (PER)
12.	Putri dkk, (2019), "Pengaruh ROA, ROE terhadap CSR"	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Variabel Independen (ROA, ROE, Ukuran Perusahaan)</li> <li>2. Variabel dependen (CSR)</li> </ol>	Menguji ROA, ROE, Ukuran perusahaan terhadap CSR	Analisis regresi linear berganda	Ketiga variable berpengaruh terhadap nilai CSR
13.	Nurhayati dkk, (2019) Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Menggunakan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Variabel Independen (CSR)</li> <li>2. Variabel Dependen (Nilai Perusahaan)</li> <li>3. Variabel moderating (ROA)</li> </ol>	Menguji pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan yang diukur dengan ROA	Moderated Regression Analysis (MRA)	CSR dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian profitabilitas berpengaruh terhadap hubungan antara Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan

	Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Periode 2016-2018)				
14.	Ida Nuryana dan Elisabet Bhebhe (2019), Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Variabel Independen (CSR)</li> <li>2. Variabel Dependen (Tobin's Q)</li> <li>3. Variabel moderating (ROA)</li> </ol>	Menguji pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan yang diukur dengan ROA	Moderated Regression Analysis (MRA)	<i>Corporate social responsibility (CSR)</i> tidak beraruh terhadap nilai perusahaan. 2) Profitabilitas secara parsial dapat memoderasi hubungan antara corporate social responsibility (CSR) dengan nilai perusahaan
15.	Afni Hilmiyati dkk (2019) "Pengaruh Biaya Corporate Social Responsibility Terhadap Peningkatan Nilai Perusahaan"	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Variabel Independen (Corporate Social Responsibility)</li> <li>2. Variabel Dependen (Nilai Perusahaan)</li> </ol>	Menguji CSR terhadap nilai perusahaan yang diprosikan dengan PER	Analisis regresi sederhana	CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
16.	Nabila Kholida dan Dwi Ermayanti, (2019), Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Independen (CSR)</li> <li>2. Variabel Dependen (MVA)</li> <li>3. Variabel moderating (ROE)</li> </ol>	Menguji pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan yang diukur dengan ROE	Analisis jalur ( <i>path analysis</i> ) yang dibantu dengan software WarpPLS.	<i>Corporate social responsibility</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan Profitabilitas sebagai variabel moderasi ternyata mampu memoderasi (memperkuat) hubungan CSR dengan nilai perusahaan



	Perusahaan Sektor Pertambangan Batubara Yang Terdaftar di BEI Periode Tahun 2017-2018)				
17.	Galuh Nurani Amalia Rizki, (2019), Pengaruh Pengungkapan CSR dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Mnaufaktur yang Terdaftar di ISSI 2016-2018)	1. Variabel Independen (CSR, ROA) 2. Variabel Dependen (Tobin's Q)	Menguji Pengaruh CSR dan ROA Terhadap Nilai Perusahaan	Analisis regresi sederhana	CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan Secara simultan keduanya berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
18.	Aliah dkk, (2020), "Pengaruh CSR Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Yang Terdaftar di BEI"	1. Variabel Independen ( <i>Corporate Social Responsibility</i> ) 2. Variabel Dependen (Profitabilitas)	Menguji Pengaruh CSR Terhadap Profitabilitas	Analisis regresi sederhana	CSR berpengaruh positif terhadap profitabilitas
19.	Ni Ketut dkk (2020), Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan Yang di Moderasi oleh Profitabilitas	3. Independen (CSR) 4. Variabel Dependen (Tobin's Q)	Menguji pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan yang diukur dengan ROE	Moderated Regression Analysis (MRA)	CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan ROA mampu memoderasi hubungan CSR terhadap ROA

		5. Variabel moderating (ROA)			
20.	Adella Puspita Hasri, (2020), "Penagruh CSR Disclosure (CSR D) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEO Tahun 2016-2019"	1. Variabel Independen ( <i>Corporate Social Responsibility</i> ) 2. Variabel Dependen (ROA, ROE, EPS)	Menguji Pengaruh CSR Terhadap Kinerja Keuangan	Analisis regresi sederhana	CSR berpengaruh positif terhadap ROA, CSR berpengaruh positif terhadap ROE, CSR tidak berpengaruh positif terhadap EPS.

Sumber : Diolah Peneliti 2020



Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang sebelumnya yaitu terletak pada variabel independen yaitu *Corporate Social Responsibility*. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel dependen dan juga variabel moderasinya. Kemudian objek dan tahun penelitian juga berbeda. Penelitian ini meneliti langsung pengaruh variabel CSR terhadap nilai perusahaan (PER) dengan dimoderasi oleh profitabilitas (ROE) pada perusahaan.

## **2.2 Kajian Teori**

### **2.2.1 Teori Stakeholder**

Definisi *stakeholder* menurut Freeman dan McVea (2001) adalah setiap kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan organisasi. Dalam bukunya Indah dan A. Jalaluddin (2019), Gray (2001) mengatakan bahwa stakeholder merupakan pihak-pihak berkepentingan pada perusahaan yang dapat mempengaruhi atau dapat dipengaruhi oleh aktivitas perusahaan, para stakeholder antara lain masyarakat, karyawan, pemerintah, supplier, pasar modal dan lain-lain. Teori *stakeholder* adalah teori yang menggambarkan kepada pihak mana saja perusahaan bertanggungjawab (Freeman, 1984). Perusahaan harus menjaga hubungan dengan stakeholdernya, dengan mengakomodasi keinginan dan kebutuhan stakeholdernya, terutama stakeholder yang mempunyai kemampuan terhadap ketersediaan sumber daya yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan, missal tenaga kerja, pasar atas produk perusahaan dan lain-lain (Chairi dan Ghozali, 2007). Munculnya teori stakeholders sebagai paradigm dominan semakin menguatkan konsep bahwa

perusahaan bertanggung jawab tidak hanya kepada pemegang saham melainkan juga terhadap para pemangku kepentingan atau stakeholder (Maulida dan Adam,2012).

Hal pertama mengenai teori stakeholder adalah bahwa stakeholder merupakan sistem yang secara eksplisit berbasis pada pandangan tentang suatu organisasi dan lingkungannya, mengenai sifat saling mempengaruhi antara keduanya yang kompleks dan dinamis. Stakeholder dan organisasi saling mempengaruhi, hal ini dapat dilihat dari hubungan sosial keduanya yang berbentuk responsibilitas. Oleh karena itu organisasi memiliki akuntabilitas terhadap stakeholdernya (Marzully dan Denies,2012). Premis dasar dari teori stakeholder adalah bahwa semakin kuat hubungan korporasi, maka akan semakin baik bisnis korporasi. Sebaliknya, jika semakin buruk hubungan korporasi maka akan semakin sulit. Hubungan yang kuat dengan pemangku kepentingan adalah berdasarkan kepercayaan, rasa hormat dan kerjasama. Teori stakeholder adalah sebuah konsep manajemen strategis, tujuannya adalah untuk membantu korporasi memperkuat hubungan dengan kelompok-kelompok eksternal dan mengembangkan keunggulan kompetitif (Totok,2014).

### **2.2.2 Corporate Social Responsibility**

#### **1. Pengertian Corporate Social Responsibility**

Menurut Wibisono (2007) *Corporate Social Responsibility* adalah tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan untuk berlaku etis, meminimalkan dampak negative dan memaksimalkan dampak

positif yang mencakup aspek ekonomi sosial dan lingkungan (*triple bottom line*) dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan. Johnson and Johnaon (2006) dalam Nor Hadi (2011) mendefinisikan “*Corporate Social Responsibility (CSR) is about how companies manage the business processes to produce an overa;; positive impact on society*”. Definisi tersebut pada dasarnya berangkat dari filosofi bagaimana cara mengelola perusahaan baik sebagian maupun secara keseluruhan memiliki dampak positif bagi dirinya dan lingkungan. Untuk itu perusahaan harus mampu mengelola bisnis operasinya dengan menghasilkan produk yang berorientasi secara positif terhadap masyarakat dan lingkungan.

Kotler dan Lee (2005) dalam Solihin (2009) memberikan rumusan “*Corporate social responbility is a commitment to improve community well being through discretionary business practices and contribution of corporate resources*”. Dalam definisi tersebut, Kotler dan Lee memberikan penekanan pada kata *discretionary* yang berarti kegiatan CSR semata-mata merupakan komitmen perusahaan secara sukarela untuk turut meningkatkan kesejahteraan komunitas dan bukan merupakan aktifitas bisnis yang diwajibkan oleh hukum dan perundang-undangan seperti kewajiban untuk membayar pajak atau kepatuhan perusahaan terhadap undang-undang ketenagakerjaan. *The Word Business Council for Sustainable Development* (WPCSD) dalam Nor Hadi (2011) mendefinisikan CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan sebagai: “*Continuing commitment by business to behave athically and contribute to economic development while improving the quality*

*of life of the work force and their families as well as of the local community and society at large*". Definisi tersebut menunjukkan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) merupakan satu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi, yang dibarengi dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan berikut keluarganya, serta sekaligus peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih luas. Menurut Undang-undang Perseroan Terbatas No.40 tahun 2007 pasal 1 ayat 3 menyebutkan "Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

## **2. Manfaat**

CSR mendatangkan berbagai manfaat bagi perusahaan dan masyarakat yang terlibat dalam menjalankannya. Menurut Wibisono (2007) manfaat bagi perusahaan yang berupaya menerapkan CSR yaitu, dapat mempertahankan atau mendongkrak reputasi dan brand image perusahaan, layak mendapatkan social licence to operate, mereduksi risiko bisnis perusahaan, melebarkan akses sumberdaya, membentangkan akses menuju market, memperbaiki hubungan dengan stakeholders, meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan, serta berpeluang mendapatkan penghargaan. Sedangkan manfaat CSR bagi masyarakat menurut Ambadar (2008), yaitu dapat meningkatkan kualitas sumberdaya manusia,

kelembagaan tabungan, konsumsi dan investasi dari rumah tangga warga masyarakat.

### **3. Prinsip**

Crowther David (2008) dalam Nor Hadi (2011) mengurai prinsip-prinsip tanggung jawab sosial (Corporate Social Responsibility) menjadi tiga, yaitu:

#### *1. Sustainability*

Berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas (action) tetap memperhitungkan keberlanjutan sumberdaya di masa depan. Keberlanjutan juga memberikan arahan bagaimana penggunaan sumberdaya sekarang tetap memperhatikan dan memperhitungkan kemampuan generasi masa depan. Dengan demikian, sustainability berputar pada keberpihakan dan upaya bagaimana society memanfaatkan sumberdaya agar tetap memperhatikan generasi masa datang.

#### *2. Accountability*

Merupakan upaya perusahaan terbuka dan bertanggungjawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas dibutuhkan, ketika aktivitas perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal. Konsep ini menjelaskan pengaruh kuantitatif aktivitas perusahaan terhadap pihak eksternal dan internal (Chrowther David,2008). Akuntabilitas dapat dijadikan sebagai media bagi perusahaan membangun image dan network terhadap para pemangku kepentingan. Nor Hadi (2009) menunjukkan bahwa tingkat keluasan dan keinformasian laporan perusahaan memiliki

konsekuensi sosial maupun ekonomi. Tingkat akuntabilitas dan tanggung jawab perusahaan menentukan legitimasi stakeholder eksternal, serta meningkatkan transaksi saham perusahaan.

### 3. *Transparency*

Merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal. Transparansi bersinggungan dengan pelaporan aktivitas perusahaan berikut dampak terhadap pihak eksternal. Chowther David (2008) menyatakan: *“Transparency, as a principle, means that the external impact of the actions of the organization can be ascertained from that organisation’s reporting and pertinent facts are not disguised within that reporting. The effect of the actions of the organization, including eksternal impacts, should be apparent to all from using the information provided by the organisation’s reporting mechanism”*. Transparansi merupakan satu hal yang amat penting bagi pihak eksternal, berperan untuk mengurangi asimetri informasi, kesalahpahaman, khususnya informasi dan pertanggung jawaban berbagai dampak dari lingkungan.

### 4. **Pengungkapan CSR**

Menurut Wibisono (2007), terdapat banyak standar yang harus dijadikan pijakan dalam praktik pertanggung jawaban sosial (social responsibility). Equator Principles yang diadopsi beberapa negara, merumuskan beberapa prinsip, antara lain:

- a. *Accountability’s* (AA1000) standard



Yang mengacu pada prinsip “Triple Bottom Line” dari John Elkington. Standar berbasis prinsip yang diakui untuk organisasi yang membantu untuk menjadi lebih bertanggung jawab dan berkelanjutan. Standar tersebut adalah kerangka kerja open source yang dikembangkan melalui konsultasi multi-pihak dan proses review. Standar ini dirancang agar kompatibel dengan standar kunci lain termasuk pedoman GRI, SA8000, seri ISO dan standar akuntansi keuangan.

b. *Global Reporting Initiative (GRI)*

Yang merupakan panduan pelaporan perusahaan untuk mendukung pembangunan berkelanjutan yang digagas oleh PBB lewat Coalition for Environmental Economies (CERES) dan UNEP pada 1997. GRI merupakan organisasi non-profit yang mempromosikan keberlanjutan sosial, ekonomi dan lingkungan. GRI menyediakan kerangka pelaporan keberlanjutan yang komprehensif bagi semua perusahaan dan organisasi yang banyak digunakan diseluruh dunia. Pedoman pengungkapan GRI terdiri dari G3 dan G3.1. G3 atau yang sering dikenal dengan G 3.0 merupakan versi awal dari pedoman GRI yang terdiri dari 79 indikator dan merupakan pedoman yang sering digunakan sampai saat ini. G3.1 merupakan versi pengembangan dari G3 yang didalamnya terkandung 84 indikator termasuk 79 indikator yang digunakan sebelumnya pada G3 dengan beberapa perubahan dan tambahan-tambahan lainnya yang dinilai menyempurnakan pedoman GRI.

c. *Social Accountability International SA8000*

Standard SA 8000 adalah standar yang focus pada tenaga kerja dan kondisi tempat kerja. SA8000 didasarkan pada ISO 9000 teknik mengaudit, menentukan perbaikan dan tindakan pencegahan untuk terus mendorong perbaikan dan berfokus pada system manajemen dan dokumentasi untuk membuktikan sistem ini. Sertifikasi SA 8000 dilakukan secara independen, eksternal auditor dan berhubungan dengan kinerja perusahaan.

d. *ISO 14000 Environmental Management Standard*

ISO 14000 adalah standar yang terkait dengan pengelolaan lingkungan yang ada untuk membantu organisasi untuk meminimalkan dampak negative operasi mereka terhadap lingkungan, memenuhi hukum, peraturan dan persyaratan berorientasi lingkungan dan semakin meningkatnya.

e. *ISO 26000*

ISO 26000 adalah standar internasional yang memberikan bimbingan pada pelaporan keberlanjutan yang dibuat oleh International Organization for Standardization (ISO). Untuk melakukan penilaian CSR sebagai acuan, indikator yang digunakan adalah GRI G3. Indikator GRI G3 terdiri dari 3 kategori pengungkapan, yaitu ekonomi, lingkungan dan sosial. Indikator GRI ini dipilih karena merupakan pedoman yang sering digunakan sampai saat ini.

Dalam Al-Quran surah Al-Baqarah ayat 177 menjelaskan tentang *Corporate Social Responsibility*, yaitu:

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

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

Dalam tafsir Quraish Shihab, dapat disimpulkan bahwa Islam adalah agama yang mengedepankan pentingnya nilai-nilai sosial di masyarakat ketimbang hanya sekedar menghadapkan wajah kita ke barat dan ke timur dalam sholat. Tanpa mengesampingkan akan pentingnya shalat dalam Islam, Al-Quran mengintegrasikan makna dan tujuan shalat dengan nilai-nilai sosial. Disamping memberikan nilai keimanan berupa iman kepada Allah SWT, Kitab-Nya, dan hari kiamat, Al-Quran menegaskan bahwa keimanan tersebut tidak sempurna jika tidak disertai dengan amalan-amalan sosial berupa kepedulian dan pelayanan kepada kerabat, anak yatim, orang miskin dan musafir serta menjamin kesejahteraan mereka yang membutuhkan.

Rasulullah SAW bersabda, “*Memenuhi keperluan seorang mukmin lebih Allah cintai daripada melakukan dua puluh kali haji dan pada setiap hajinya menginfakan ratusan ribu dirham dan dinar*”. Dalam hadist lain, Rasulullah SAW juga bersabda, “*Jika seorang muslim berjalan memenuhi keperluan sesame muslim, itu lebih baik baginya daripada melakukan tujuh puluh kali thawaf di Baitullah*”.

### **2.2.3 Nilai Perusahaan**

#### **1. Definisi Nilai Perusahaan**

Menurut Agus Sartono (2016) nilai perusahaan adalah: “Tujuan memaksimalkan kemakmuran pemegang saham dapat ditempuh dengan memaksimalkan nilai sekarang atau present value semua keuntungan pemegang saham akan meningkat apabila harga saham yang dimiliki meningkat”.

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi (Hemastuti,2014). Nilai perusahaan dapat diukur melalui nilai harga saham dipasar berdasarkan terbentuknya harga saham perusahaan di pasar, yang merupakan refleksi penilaian oleh public terhadap kinerja perusahaan secara riil. Dikatakan secara riil karena terbentuknya harga di pasar merupakan bertemunya titik-titik kestabilan kekuatan permintaan dan titik-titik kestabilan kekuatan penawaran harga yang secara riil terjadi transaksi jual beli surat berharga di pasar modal antara penjual (emiten) dan para investor, atau sering

disebut ekuilibrium pasar. Oleh karena itu, dalam teori keuangan pasar modal harga saham dipasar disebut sebagai konsep nilai perusahaan (Harmono,2015).

## 2. Pengukuran Nilai Perusahaan

Pengukuran nilai perusahaan menurut Brigham dan Daves (2014) dalam rasio penilaian perusahaan terdiri dari:

### a. *Price Earning Ratio* (PER)

Menurut Tandelilin (2010), PER adalah perbandingan antara harga saham perusahaan dengan earning per share dalam saham. PER adalah fungsi dari perubahan kemampuan laba yang diharapkan di masa yang akan datang. Semakin besar PER, maka semakin besar pula kemungkinan perusahaan untuk tumbuh sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

*Price Earning Ratio* merupakan ukuran yang paling banyak digunakan oleh investor untuk menganalisis apakah investasi yang dilakukan menguntungkan atau merugikan. *Price Earning Ratio* bermanfaat untuk melihat bagaimana pasar menghargai kinerja saham suatu perusahaan terhadap kinerja perusahaan yang tercermin dalam laba per sahamnya. Menurut Sugiyanto (2008:26), *Price Earning Ratio* adalah: Rasio yang diperoleh dari harga pasar saham biasa dibagi dengan laba perusahaan. Maka semakin tinggi rasio akan mengindikasikan bahwa kinerja perusahaan semakin membaik, sebaliknya jika *Price Earning Ratio* terlalu tinggi juga dapat mengindikasikan bahwa harga saham yang ditawarkan sudah tinggi atau tidak rasional.

Menurut Brigham dan Hoiston (2010:150), *Price Earning Ratio* adalah “harga saham terhadap laba per saham menunjukkan jumlah yang rela

dibayarkan oleh investor untuk setiap dolar laba yang dilaporkan”. Sedangkan menurut Jugianto (2003:105) *Price Earning Ratio* adalah “ rasio harga saham terhadap *Price Earning Ratio* lain dengan kata lain menunjukkan seberapa besar pemodal menilai harga saham terhadap kelipatan dari *Earnings*”.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa harapan investor terhadap *Future Earning* perusahaan digerakkan pada harga saham yang tersedia mereka bayar atas saham perusahaan tersebut dan selanjutnya akan berpengaruh terhadap *Price Earning Ratio*. Dengan mengetahui besarnya *Price Earning Ratio* suatu perusahaan, investor dapat memperkirakan posisi suatu saham relatif terhadap saham-saham lainnya, apakah saham tersebut layak untuk dibeli atau tidak. terdapat tiga variabel yang turut menentukan besaran *Price Earning Ratio* yaitu, rasio pembayaran deviden, tingkat keuntungan yang dikehendaki dan tingkat pertumbuhan deviden yang diharapkan.

Kegunaan *Price Earning Ratio* Kegunaan *Price Earning Ratio* adalah untuk melihat bagaimana pasar menghargai kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh *Earning Per Share*. *Price Earning Ratio* menunjukkan hubungan antara pasar saham biasa dengan *Earning Per Share*. Semakin besar *Price Earning Ratio* suatu saham maka harga saham tersebut akan semakin mahal terhadap pendapatan bersih per sahamnya. Tingkat pertumbuhan suatu perusahaan merupakan penentu harga saham, semakin tinggi tingkat pertumbuhan maka semakin tinggi *Price Earning Ratio*. Maka dari itu, *Price Earning Ratio* dapat dipergunakan sebagai indikator tingkat pertumbuhan yang diharapkan.

Peluang tingkat pertumbuhan perusahaan yang tinggi biasanya mempunyai *Price Earning Ratio* yang tinggi pula, dan hal ini menunjukkan bahwa pasar mengharapkan pertumbuhan *Future Earning*. Sebaliknya tingkat pertumbuhan perusahaan yang rendah cenderung mempunyai *Price Earning Ratio* yang rendah pula. Semakin rendah *Price Earning Ratio* suatu saham maka semakin baik atau murah harganya untuk diinvestasikan. *Price Earning Ratio* menjadi rendah nilainya bisa karena harga saham cenderung semakin turun atau karena meningkatnya laba bersih perusahaan. Jadi semakin kecil nilai *Price Earning Ratio* maka semakin murah harga saham tersebut untuk dibeli dan semakin baik pula kinerja per lembar saham dalam menghasilkan laba bagi perusahaan. Semakin baik kinerja per lembar saham akan mempengaruhi banyak investor untuk membeli saham tersebut. Rumus yang digunakan untuk mengukur *Price Earning Ratio* adalah sebagai berikut (Darsono dan Ashari ,2005:23)

b. *Price to Book Value* (PBV)

Menurut Zubaidi Latief (2018), PBV adalah sebuah rasio yang digunakan untuk menentukan harga wajar dari suatu saham dengan menghitung harga saham terakhir pada nilai buku dari laporan keuangan tahunan terakhir perusahaan.

Rumus *Price to Book Value* adalah:

$$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Book Value}}$$

### c. Tobin's Q

Salah satu alternative yang digunakan dalam menilai perusahaan adalah dengan menggunakan Tobin's Q. Tobin's Q ini dikembangkan oleh professor James Tobin (Weston dan Copeland, 2010). Rasio Q lebih unggul daripada rasio nilai pasar terhadap nilai buku karena rasio ini fokus pada berapa nilai perusahaan saat ini secara relative terhadap berapa biaya yang dibutuhkan untuk menggantinya saat ini.

Rumus Tobin's Q adalah :

$$Q = \frac{EMV + D}{EBV + D}$$

Keterangan :

Q = Nilai perusahaan

EMV = Nilai pasar ekuitas (*closing price* saham x jumlah saham yang beredar)

EBV = Nilai buku dari total aktiva

D = Nilai buku dari total hutang

## 2.2.4 Profitabilitas

### 1.2.4.1 Definisi Profitabilitas

Menurut Agus Sartono (2010) definisi rasio profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, maupun modal sendiri. Dengan demikian bagi investor jangka panjang akan sangat berkepentingan dengan analisis profitabilitas ini. Sedangkan menurut



Kasmir (2014) definisi rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan oleh penjualan dan pendapatan investasi.

#### **1.2.4.2 Tujuan dan Manfaat Profitabilitas**

Tujuan penggunaan rasio profitabilitas menurut Kasmir (2014) adalah:

- 1) Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu
- 2) Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu
- 3) Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang
- 4) Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri
- 5) Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri
- 6) Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri.

Manfaat yang diperoleh rasio profitabilitas menurut Kasmir (2014) adalah :

- 1) Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode
- 2) Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang
- 3) Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu
- 4) Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri

### 1.2.4.3 Pengukuran Profitabilitas

Menurut Kasmir (2014) secara umum terdapat empat jenis utama yang digunakan dalam menilai tingkat profitabilitas, diantaranya:

#### 1. Profit Margin (*Profit Margin on Sale*)

Profit Margin Sale atau Rasio Margin atau Margin laba atas penjualan merupakan salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur margin laba atas penjualan. Untuk mengukur rasio ini adalah dengan cara membandingkan antara laba bersih setelah pajak dengan penjualan bersih. Rumus Profit Margin sebagai berikut :

$$\text{Profit Margin on Sales} = \frac{\text{Earning After Interest and Tax}}{\text{Sales}}$$

#### 2. *Return on Investment* (ROI)

Hasil pengembalian investasi atau lebih dikenal dengan nama Return on Investmen (ROI) atau Return on Total Assets, merupakan rasio yang menunjukkan hasil (return) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. ROI juga merupakan suatu ukuran tentang efektivitas manajemen dalam mengelola investasinya. Rumus ROI sebagai berikut:

$$\text{ROI} = \frac{\text{Earning After Interest and Tax}}{\text{Total Assets}}$$

#### 3. *Return on Equity* (ROE)

Hasil pengembalian ekuitas atau *Return on Equity* (ROE) atau rentabilitas modal sendiri, merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal

sendiri. Makin tinggi rasio ini, makin baik. Artinya, posisi pemilik perusahaan makin kuat, demikian pula sebaliknya. Rumus ROE sebagai berikut:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Earning After Interest and Tax}}{\text{Equity}}$$

Pengertian menurut Fahmi (2011) ROE adalah rasio yang digunakan untuk mengkaji sejauh mana suatu perusahaan mempergunakan sumber daya yang dimiliki untuk mampu memberikan laba atas ekuitas. Sedangkan rasio ROE menurut Kasmir (2011) merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik. Menurut Sartono (2008) *Returun on equity* atau *return on net worth* yaitu untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba yang tersedia bagi pemegang saham perusahaan. Rasio ini juga dipengaruhi oleh besar-kecilnya utang perusahaan, apabila proporsi utang semakin besar maka rasio ini juga akan semakin besar. Sedangkan Menurut Hery (2015) ROE yang semakin tinggi dari hasil pengembaliannya atas ekuitas berarti semakin tinggi pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam ekuitas. dan sebaliknya apabila semakin rendah hasil pengembalian atas ekuitas berarti semakin rendah pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam ekuitas. Penggunaan utang dengan tingkat bunga tertentu akan berpengaruh besar terhadap ROE karena semakin tinggi tingkat bunga utang, maka semakin tinggi beban tetap terhadap pendapatan sehingga kondisi tersebut kurang baik terhadap ROE dan begitu juga sebaliknya.

#### 4. *Earning Per Share* (EPS)

*Earning Per Share* atau disebut juga rasio nilai buku, merupakan rasio untuk mengukur keberhasilan manajemen dalam mencapai keuntungan bagi pemegang saham. Rasio yang rendah berarti manajemen belum berhasil untuk memuaskan pemegang saham, sebaliknya dengan rasio yang tinggi, maka kesejahteraan pemegang saham meningkat dengan pengertian lain, bahwa tingkat pengembalian tinggi. Rumus EPS sebagai berikut:

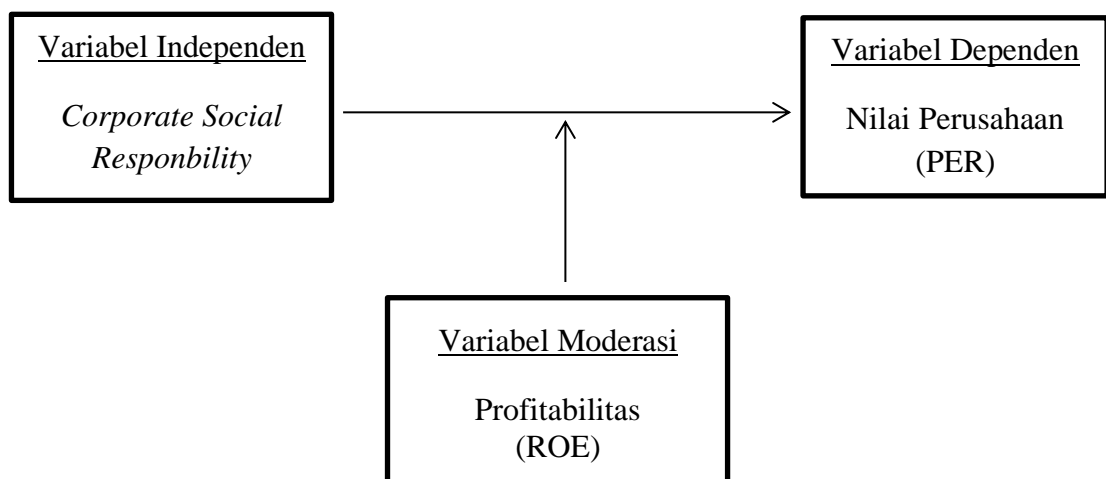
$$\text{EPS} = \frac{\text{Laba Saham Biasa}}{\text{Saham Biasa yang Beredar}}$$

### 2.3 Kerangka Berfikir

Berdasarkan tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu yang telah diuraikan diatas, maka disusun kerangka berfikir yang menggambarkan hubungan antara CSR sebagai variabel independen, nilai perusahaan (PER) sebagai variabel dependen serta profitabilitas (ROE) sebagai variabel pemoderasi yang akan diuji. Kerangka berfikir disusun untuk mempermudah memahami hipotesis yang dibangun didalam penelitian.

**Gambar 2.2**

#### **Kerangka Berfikir**



## 2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara atau simpulan yang diambil untuk menjawab permasalahan yang diajukan dalam penelitian. Berdasarkan kajian teori dan kerangka berfikir diatas, dapat diajukan dalam penelitian ini adalah:

### 2.4.1 Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan

CSR bisa menjadi tolak ukur mengenai nilai perusahaan dengan tingkat CSR tinggi berarti memiliki rasa tanggung jawab sosial tinggi terhadap lingkungan dan masyarakat sehingga meningkatkan reputasi atau nama baik dari perusahaan. Nama yang sudah didapatkan ini menjadi daya tawar tersendiri bagi beberapa investor sehingga menaikkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang digunakan disini menggunakan PER adalah nilai yang dilihat dengan mengetahui perubahan kemampuan laba dimasa yang akan datang.

Menurut Tandelilin (2010), PER adalah perbandingan antara harga saham perusahaan dengan *earning per share* dalam saham. PER adalah fungsi dari perubahan kemampuan laba yang diharapkan di masa yang akan datang. Semakin besar PER, maka semakin besar pula kemungkinan perusahaan untuk tumbuh sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hipotesis ini pernah diuji Galuh Nurani (2019), bahwa ada pengaruh positif antara CSR terhadap nilai perusahaan, disisi lain juga ada penelitian dari Ida Nuryana dan Elisabet (2019) yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh antara CSR terhadap nilai perusahaan

$H_1$  : Terdapat pengaruh positif signifikan antara CSR terhadap Nilai Perusahaan

#### 2.4.2 Pengaruh Profitabilitas (ROE) terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas bisa menjadi tolak ukur nilai perusahaan, yang mana profitabilitas dinyatakan dengan ROE pada perusahaan, ROE adalah rasio yang digunakan untuk mengukur laba atau kemampuan perusahaan dalam memberikan return kepada investor sehingga tentu akan mempengaruhi nilai dari perusahaan dimana PER sebagai perbandingan antara harga saham perusahaan dengan *earning per share* dalam saham. Menurut Fahmi (2011) ROE adalah rasio yang digunakan untuk mengkaji sejauh mana suatu perusahaan mempergunakan sumber daya yang dimiliki untuk mampu memberikan laba atas ekuitas. Sedangkan rasio ROE menurut Kasmir (2011) merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik.

Sedangkan Menurut Hery (2015) ROE yang semakin tinggi dari hasil pengembaliannya atas ekuitas berarti semakin tinggi pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam. Hipotesis ini pernah diuji Nurhayati dkk (2019), bahwa ada pengaruh positif antara Profitabilitas terhadap nilai perusahaan, disisi lain juga ada penelitian dari Weny Rizky (2016) yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh antara Profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

H<sub>2</sub> : Terdapat pengaruh positif signifikan antara Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

### **2.4.3 Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai moderasi**

CSR sebagai wujud tanggung jawab bisa meningkatkan nilai perusahaan bisa juga menurunkan hal ini karena tidak semua investor akan mempertimbangkan terkait CSR untuk memilih perusahaan. Adanya Profitabilitas bisa menjadi salah satu indikator memperkuat hubungan dari CSR dan Nilai perusahaan. Hipotesis ini pernah diuji Ni Ketut dkk (2020), Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan Yang di Moderasi oleh Profitabilitas, tanggung jawab bahwa ada moderasi pengaruh positif antaras CSR terhadap nilai perusahaan, disisi lain juga ada penelitian dari Ni Kadek dan Luh Gede, (2018), Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Corporate Social Responsibility* yang menghasilkan bahwa CSR Ekonomi dan Sosial memperlemah pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, sedangkan CSR Lingkungan tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan

H<sub>3</sub> : Terdapat pengaruh positif signifikan lebih kuat saat Profitabilitas memoderasi mempengaruhi CSR terhadap nilai perusahaan

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/ statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono,2013).

#### **3.2 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini yaitu di Bursa Efek Indonesia (BEI), yang datanya dapat diambil Galeri Investasi Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang beralamat di Jl. Gajayana No. 50 Malang

#### **3.3 Populasi dan Sampel**

Populasi merupakan subyek penelitian. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2010). Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono,2010). Populasi dalam penelitian ini yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2020 yaitu berjumlah 193.



### 3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan yaitu *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono,2012). Dalam *purposive sampling* cara mengambil subjek bukan didasarkan atas strata, random atau daerah tetapi didasarkan atas adanya tujuan tertentu. Syarat-syarat yang harus dipenuhi dalam teknik *purposive sampling* yaitu:

- a. Pengambilan sampel harus didasarkan atas ciri-ciri, sifat-sifat atau karakteristik tertentu yang merupakan ciri-ciri pokok populasi.
- b. Subjek yang diambil sebagai sampel benar-benar merupakan subjek yang paling banyak mengandung ciri-ciri yang terdapat pada populasi.
- c. Penentuan karakteristik populasi dilakukan dengan cermat di dalam studi pendahuluan

Dalam penelitian ini sampel yang dipilih relevan dengan tujuan penelitian yang diperoleh dari IDX (Indonesian Stock Exchange). Kriteria dalam pemilihan sampel adalah:

- a. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama periode penelitian, dan tidak pernah mengalami *delisting* selama periode penelitian.
- b. Perusahaan yang mempublikasikan laporan tahunan secara berturut-turut selama periode penelitian yaitu tahun 2018-2020.
- c. Perusahaan manufaktur yang mengungkapkan CSR di dalam *annual reportnya* dan atau menerbitkan *sustainability report* berturut-turut selama tahun 2018 – 2020

- d. Perusahaan manufaktur yang menyajikan laporan keuangan dengan mata uang rupiah selama tahun 2018 – 2020.
- e. Data Outlier karena dari perusahaan yang didapatkan memiliki nilai yang sangat jauh dari pada umumnya sehingga perlu dihilangkan untuk mendapatkan data yang benar-benar valid

**Tabel 3.1 Kriteria Sampel**

NO	Kriteria Sampel	Jumlah
1.	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama periode penelitian, dan tidak pernah mengalami <i>delisting</i> selama periode penelitian.	193
2.	Perusahaan manufaktur yang tidak mempublikasikan laporan tahunan secara berturut-turut selama periode penelitian yaitu tahun 2016-2019.	(152)
3.	Perusahaan manufaktur yang tidak mengungkapkan CSR di dalam annual reportnya dan atau menerbitkan sustainability report berturut-turut selama tahun 2016 – 2019	(2)
4.	Perusahaan yang tidak menggunakan mata uang rupiah	(8)
5.	Data Outlier	(11)
	<b>Total Sampel Perusahaan</b>	20

Sumber : Data diolah oleh peneliti tahun 2021

Situs website perusahaan hanya akan menyediakan kondisi laporan keuangan sepuluh tahun terakhir dari tahun berjalan. Jika sekarang adalah tahun 2021 maka perusahaan akan cenderung menyediakan laporan keuangan sampai tahun 2011. Hal tersebut dikarenakan perusahaan cenderung membatasi akses informasi pelaporan aktivitas keuangannya pada situs website atau *Internet Financial Reporting* dan Tempelan Multimedia pada Statement Keuangan Elektronik. Sementara pada situs perdagangan saham

seperti situs IDX, Idsaham, Saham Ok mulai menyediakan laporan keuangan yang terdaftar di BEI selama tahun 2007. Sampel (Margiyono, 2004) dalam suatu penelitian timbul disebabkan hal berikut:

- a. Peneliti bermaksud mereduksi objek penelitian sebagai akibat dari besarnya jumlah populasi, sehingga harus meneliti sebagian saja.
- b. Penelitian bermaksud mengadakan generalisasi dari hasil-hasil kepenelitiannya, dalam arti mengenakan kesimpulan-kesimpulan kepada objek, gejala, atau kejadian yang lebih luas.

Berdasarkan hal tersebut penelitian ini mengambil sampel tiga tahun berturut-turut dari tahun 2018-2020. Alasan pengambilan sampel tersebut adalah bahwa selama tiga tahun sampel dianggap representatif untuk menggambarkan kondisi/ gejala/ kejadian return saham di Bursa Efek Indonesia. Dalam penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur periode antara 2018-2020 yang telah terdaftar di BEI dengan kriteria *purposive sampling* yang sudah ditentukan diatas.

### **3.5 Data dan Jenis Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data sekunder yang diakses melalui web PT Bursa Efek Indonesia. Data sekunder merupakan data yang perolehannya melalui catatan pihak lain misalnya laporan-laporan historis yang kemudian diarsipkan yang dipublikasikan maupun tidak. Data ini berasal dari internet, buku, majalah, Koran dan lainnya yang memuat misalnya laporan keuangan perusahaan dan sejarah berdirinya suatu perusahaan (Indriantoro dan Supomo, 2002). Sedangkan jenis data dalam penelitian ini yaitu kuantitatif.

Menurut Sugiyono (2013), data kuantitatif yaitu data yang diangkakan. Data kuantitatif pada penelitian ini yaitu laporan keuangan perusahaan berupa variabel nilai perusahaan (PER) dan profitabilitas (ROE).

### 3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu teknik dokumentasi. Teknik ini merupakan cara dengan mencari dan mengumpulkan data berupa catatan, transkrip, laporan keuangan dan lainnya (Arikunto,2013).

### 3.7 Definisi Operasional Variabel

Berdasarkan hipotesis yang akan diuji pada penelitian ini, berikut merupakan definisi masing-masing variabel yang digunakan untuk penelitian yaitu :

#### 1. CSR

*Corporate Social Responsibility* diprosiakan ke dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Untuk penelitian ini menggunakan checklist yang mengacu berdasarkan *Global Reporting Initiative* (GRI) G.4 didalamnya terdiri dari kategori ekonomi (9 indikator), lingkungan (34 indikator), prakter ketenagakerjaan dan kenyamanan kerja ( 16 indikator), hak asasi manusia ( 12 indikator), masyarakat ( 11 indikator), dan tanggung jawab atas produk (9 indikator). Hasil pengungkapan item yang diperoleh dari setiap perusahaan dihitung indeksya dengan proksi CSRI. Adapun rumus untuk menghitung CSRI sebagai berikut :

$$CSRI = \frac{\sum Xy_i}{ni}$$

Keterangan :

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

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

$N_i$  : jumlah item untuk perusahaan i.  $n_i \leq 91$ .

## 2. Nilai perusahaan

Nilai perusahaan di definisikan sebagai rasio yang menggambarkan kondisi yang terjadi di pasar. Rasio ini mampu memberi pemahaman bagi pihak manajemen perusahaan terhadap kondisi penerapan yang akan dilaksanakan dan dampaknya pada masa yang akan datang (Irham Fahmi, 2015). Nilai perusahaan pada penelitian ini diukur dengan PER *Price to Earning Ratio* yang rumus perhitungannya sebagai berikut :

$$PER = \frac{\text{Harga saham per lembar}}{EPS}$$

## 3. Profitabilitas

Hasil pengembalian ekuitas atau *Return on Equity* (ROE) atau rentabilitas modal sendiri, merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Makin tinggi rasio ini, makin baik. Artinya, posisi pemilik perusahaan makin kuat, demikian pula sebaliknya. Rumus ROE sebagai berikut:

$$ROE = \frac{\text{Earning After Interest and Tax}}{\text{Equity}}$$

### 3.8 Analisis Data

Dalam mengolah data serta menarik kesimpulan peneliti menggunakan program atau software SPSS (*Statistic Product and Service Solutions*) versi 25. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel moderasi di Perusahaan Manufaktur periode 2018-2020. Berikut ini analisis data yang digunakan dalam penelitian berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan, tujuan penelitian dan memperhatikan sifat-sifat data yang dikumpulkan :

#### 1. Uji Statistik Deskriptif

Uji statistik digunakan untuk menganalisis data dengan mendeskripsikan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono,2012). Analisis ini dilakukan untuk mengetahui gambaran dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian, dengan cara melihat tabel statistic deskriptif yang menunjukkan hasil pengukuran *mean* (rata-rata), nilai minimum dan maksimum, serta standar deviasi

#### 2. Uji Asumsi Klasik

##### a. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen dan variabel dependen atau keduanya terdistribusikan secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Ghozali (2011) dalam

uji normalitas ada 2 cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Alat uji yang digunakan adalah dengan analisis grafik histogram dan grafik normal *probability plot* dan uji statistic dengan *Kolmogorov-Smirnov Z (1-Sample KS)*. Ghozali (2011), dasar pengambilan keputusan dengan analisis grafik normal *probability plot* adalah:

- 1) Jika titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika titik menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas dalam satu model regresi linear berganda adalah dengan melihat grafik *scatterplot*. Dasar pengambilan keputusannya sebagai berikut (Ghozali,2012):

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear terdapat korelasi antara residual/kesalahan pengganggu pada periode t dengan residual periode t-1 (sebelumnya). Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Pada penelitian ini untuk menganalisis adanya autokorelasi yang dipakai adalah uji Durbin Watson. Metode Durbin Watson menggunakan titik kritis yaitu batas bawah  $d_l$  dan batas  $d_u$ .  $H_0$  diterima jika nilai Durbin Watson lebih besar dari batas atas nilai Durbin Watson. Kriteria pengambilan kesimpulan dalam uji Durbin Watson (DW) adalah sebagai berikut, (Ghozali,2012) :

$0 < DW < d_l$  : terjadi autokorelasi

$d_l \leq DW \leq d_u$  : tidak dapat disimpulkan

$d_u < DW < 4-d_u$  : tidak ada autokorelasi

$4-d_u \leq DW \leq 4-d_l$  : tidak dapat disimpulkan

$4-d_l < d < 4$  : terjadi autokorelasi

d. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau tidak. Model



yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang tinggi di antara variabel bebas. Uji multikolinearitas dapat dilihat dari nilai tolerance dan Variance Inflation Factor, dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

- 1) Jika nilai tolerance lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, maka tidak terjadi masalah multikolinearitas, artinya model regresi tersebut baik.
- 2) Jika nilai tolerance lebih kecil dari 0,1 dan nilai VIF lebih besar dari 10, maka terjadi masalah multikolinearitas, artinya model regresi tersebut tidak baik.

### 3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi merupakan studi mengenai ketergantungan variabel dependen dengan satu atau lebih variabel independen dengan bertujuan untuk memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen terhadap variabel dependen. Ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai actual dapat diukur dari *goodness of fit* nya (Ghozali,2013).

#### a. Koefisien Determinasi

Pengukuran koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui presentase pengaruh variabel independen terhadap perubahan variabel dependen. Nilai  $R^2$  mempunyai interval antara 0 sampai 1 ( $0 \leq R^2 \leq 1$ ). Makin kecil nilai koefisien determinasi maka makin kecil

kemampuan variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen, begitu juga sebaliknya (Ghozali,2012).

b. Uji statistic t (Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Apabila nilai probabilitas signifikansinya lebih kecil dari 0,05 (5%) maka dapat dikatakan bahwa suatu variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis diterima jika taraf signifikannya  $< 0,05$  dan hipotesis ditolak jika tarafnya  $> 0,05$ . Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel variabel dependen. Signifikan yaitu berarti pengaruh yang terjadi dapat berlaku untuk populasi atau dapat digeneralisasikan (Ghozali,2012).

4. *Moderated Regression Analysis (MRA)*

*Moderated Regression Analysis Analysis (MRA)* merupakan aplikasi khusus regresi berganda linear di mana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih independen). Tujuan analisis ini untuk mengetahui apakah variabel moderating akan memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 HASIL PENELITIAN

##### 4.1.1 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Penelitian ini mengambil periode analisis dari tahun 2018-2020. Metode pengambilan sampel dilakukan secara purposive sampling dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan. Berdasarkan populasi perusahaan manufaktur yang berjumlah 193 perusahaan.

##### 4.1.2 Variabel Penelitian

Ada tiga jenis variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu variabel independen, variabel dependen dan moderating. Variabel independen atau variabel bebas merupakan variabel yang akan mempengaruhi variabel dependen. Dalam penelitian ini variabel independen yang digunakan adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR). Kemudian variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Dalam penelitian ini variabel dependen yang digunakan adalah nilai perusahaan dengan (PER), dan profitabilitas sebagai moderating (ROE).

### 4.1.3 Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah metode yang digunakan untuk mengolah dan menyajikan data yang kemudian dianalisis dengan cara mendeskripsikan atau menampilkan gambaran data yang telah dikumpulkan. Dalam analisis ini akan disampaikan informasi mengenai nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata serta standar deviasi dari masing-masing variabel penelitian. Hasil analisis statistik deskriptif dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 1.1 Statistik Deskriptif**

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	60	.08	.69	.4692	.14085
Profitabilitas	60	-.03	.26	.1150	.06568
Nilai Perusahaan	60	9.76	51.34	25.4213	11.51534

Sumber : diolah pada SPSS 25.0, 2021

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif tersebut maka kesimpulan yang dapat diambil adalah:

#### 4.1.3.1. *Corporate Social Responsibility* (CSR)

CSR memiliki nilai rata-rata sebesar 0,4692 yang menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan manufaktur adalah sebesar 46,92% dari seluruh pengungkapan laporan secara penuh. CSR terendah dengan nilai sebesar 0,08 oleh perusahaan Indomobil Sukses Internasional Tbk. pada tahun 2018, dan CSR tertinggi dengan nilai sebesar 0,69 oleh perusahaan Japfa Comfeed Indonesia Tbk. pada tahun 2020. Nilai standar deviasi sebesar 0,14085 menunjukkan ukuran

penyebaran data dari tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial adalah sebesar 0,14085 dari 31 perusahaan sampel.

#### 4.1.3.2 *Return on Equity* ROE

Hasil analisis deskriptif menunjukkan nilai terkecil *Return on Equity* (ROE) adalah -0,03 dari perusahaan Martina Berto Tbk. pada tahun 2018 dan nilai tertinggi 0,26 oleh perusahaan Industri Jamu dan Farmasi Sido Tbk. pada tahun 2020. Nilai rata-rata variabel ROA sebesar 0,1150 menunjukkan bahwa perusahaan manufaktur ini telah mampu menghasilkan laba bersih atas pengelolaan seluruh aset yang ada sebesar 11,5%, sedangkan nilai standar deviasi sebesar 0,6568 menunjukkan bahwa penyebaran data ROE cukup heterogen karena memiliki standar deviasi lebih besar dibandingkan dengan nilai rata-ratanya.

#### 4.1.3.3 Nilai Perusahaan *Price to Earning Ratio* (PER)

Hasil analisis deskriptif tersebut menunjukkan nilai terendah untuk variabel *Price to Earning Ratio* (PER) sebesar 9,76 pada perusahaan Sierad Produce Tbk. Tahun 2017, dan nilai tertinggi sebesar 51,36 pada perusahaan Gudang Garam Tbk. tahun 2019. Nilai rata-rata variabel PER sebesar 25,4213 menunjukkan bahwa perusahaan manufaktur ini mampu menghasilkan laba bersih atas penjualannya sebesar 25.4213%. Nilai standar deviasi sebesar 11,51534 menunjukkan bahwa penyebaran data PER cukup heterogen karena memiliki standar deviasi lebih besar dibandingkan dengan nilai rata-ratanya.

#### 4.1.4 Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah model regresi memenuhi asumsi normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi.

##### 4.1.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah dalam regresi penelitian, variabel independen dan dependen mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Pada penelitian ini, uji normalitas data menggunakan One Sample Kolmogro Smirnov Test dengan tingkat signifikansi  $\alpha$  (alfa) sebesar 5%. Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas adalah dengan melihat nilai Asymp. Sig. (2-tailed). Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed)  $< 0,05$  maka menunjukkan data tidak berdistribusi normal, sebaliknya jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed)  $\geq 0,05$  maka menunjukkan bahwa data berdistribusi normal (Gunawan, 2016). Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.2 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Test**

<b>N</b>	<b>60</b>
Test Statistic	.093
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 <sup>c,d</sup>

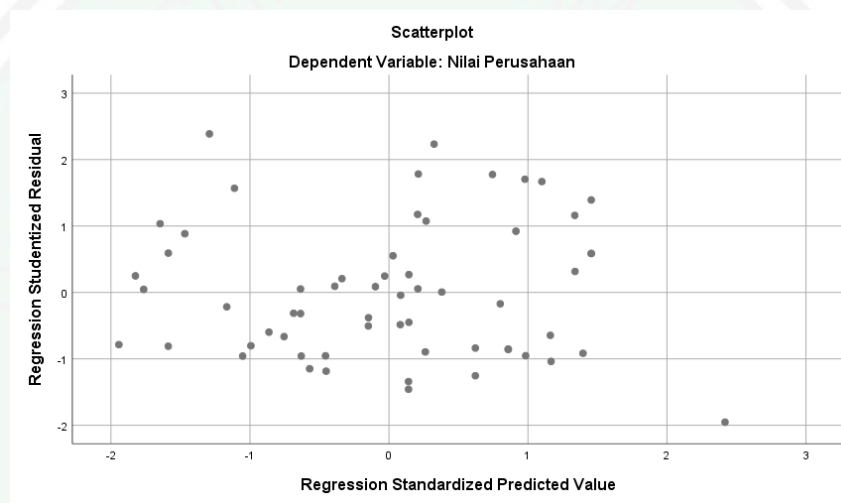
Sumber : diolah pada SPSS 25.0, 2021

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 4.2 dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal dengan nilai Asymp. Sig (2- tailed)  $> 0,05$  yaitu 0,200 yang mana  $> 0,05$ .

#### 4.1.4.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *Scatterplot* model.

**Gambar 4.1 scatterplot**



Sumber : diolah pada SPSS 25.0, 2021

Dari grafik diatas, terlihat titik-titik menyebar secara acak, membentuk sebuah pola linier yang mengartikan bahwa , serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi Heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk prediksi nilai perusahaan berdasarkan masukan variabel independen CSR, dan Moderating ROE profitabilitas.

#### 4.1.4.3 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu periode  $t-1$  (periode sebelumnya). Untuk mendeteksi gejala autokorelasi penelitian ini menggunakan uji Durbin-Watson. Uji Durbin-Watson adalah salah satu metode yang mudah dan sering digunakan untuk menguji ada tidaknya masalah autokorelasi. Berikut hasil dari uji autokorelasi menggunakan Uji Durbin-Watson:

**Tabel 4.3 Autokorelasi**

Model Summary <sup>b</sup>	
Model	Durbin-Watson
	1.337

Sumber : diolah pada SPSS 25.0, 2021

Hasil uji Durbin-Watson di atas menunjukkan nilai Durbin-Watson untuk model keseluruhan sebesar 1,337. Masing-masing nilai Durbin-Watson untuk ketiga model regresi tersebut lebih besar dari nilai  $d_U$  1.337 dan kurang dari nilai  $4 - d_U$  ( $4 - 1.337 = 2.663$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi pada ketiga model regresi.

#### 4.1.4.4 Uji Multikolonieritas

Multikolinearitas timbul sebagai akibat adanya hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih atau adanya kenyataan bahwa dua variabel atau lebih bersama-sama dipengaruhi oleh variabel ketiga yang berada diluar model. Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas, Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak



lebih dari 10 ( $< 10$ ) maka model terbebas dari multikolinieritas. Berikut adalah hasil uji multikolinieritas data dari spss 25.0 :

**Tabel 4.4 Nilai VIF Uji Multikolinieritas**

Variabel	VIF
CSR	1.047
Profitabilitas	1.047

Sumber : diolah pada SPSS 25.0. 2021

Dari hasil pengujian multikolineoritas yang dilakukan diketahui bahwa nilai variance inflation factor (VIF) yaitu: profitabilitas 1,047 dan profitabilitas 1, sehingga dapat dikatakan variabel - variable independen terbebas dari asumsi klasik multikoliniearitas.

#### 4.1.5 Uji Regresi Linier Berganda

Analisis statistik inferensial yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis regresi berganda. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara sendiri-sendiri (parsial) maupun bersama-sama (simultan) antara variabel bebas dengan variabel terikat. Secara ringkas hasil uji regresi linear berganda dapat dilihat tabel berikut ini:

**Tabel 4.5 Regresi Linier Berganda Tabel Coefficients<sup>a</sup>**

	B	Std. Error
(Constant)	36.512	5.332
CSR	-19.024	10.648
Profitabilitas	-18.824	22.835

Sumber data primer diolah dengan SPSS 25.0, 2021

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda pada tabel diatas maka dapat diperoleh hasil persamaan sebagai berikut:

$$Y = 36,512 - 19,024X_1 - 18,824 X_2$$

Keterangan :

$X_1$  : CSR

$X_2$  : ROE

$Y$  : PER

Dari persamaan regresi linear berganda tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar 36,512 artinya jika CSR ( $X_1$ ) dan Profitabilitas ( $X_2$ ) nilainya adalah 0, maka keputusan pembelian ( $Y$ ) nilainya sebesar 36,512.
- 2) Koefisien regresi variabel CSR ( $X_1$ ) sebesar 19,024 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% CSR, maka akan mengurangi nilai PER sebesar 19,024.. Koefisiensi yang bernilai positif artinya terjadi pengaruh negatif antara profitabilitas dengan PER. semakin baik faktor profitabilitas maka semakin menurun nilai PER.
- 3) Koefisien regresi variabel Profitabiliras ( $X_2$ ) sebesar 18,824 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% profitabilitas, maka akan mengurangi PER sebesar 18,824. Koefisiensi yang bernilai negatif artinya terjadi pengaruh negatif antara profitabiliras dengan Nilai Perusahaan, semakin naik factor profit maka semakin menurun nilai perusahaan.

#### **4.1.5 Uji Hipotesisi**

##### **4.1.5.1 Uji T (Uji Parsial)**

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020 pada tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$ .

**Tabel 4.6****Hasil Tabel Uji T**

Variabel	t	Sig
CSR	-1.787	.079
Profitabilitas	-.824	.413

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 25.0, 2021

Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial di dapat nilai CSR t hitung 1,787 lebih kecil dari t tabel yaitu 2.00324 maka CSR tidak berpengaruh dan memiliki hubungan negatif terhadap Nilai Perusahaan dan nilai signifikan profitabilitas sebesar 0,079 lebih besar dari *alpha* 0,05 maka profitabilitas tidak signifikan terhadap PER atau nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial di dapat nilai Profitabilitas hitung sebesar 0,824 lebih kecil dari t tabel yaitu 2.00324 maka profitabilitas tidak berpengaruh dan memiliki hubungan negatif terhadap , dan nilai signifikan profitabilitas sebesar 0,413 lebih dari *alpha* 0,05 maka profitabilitas tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

#### 4.1.5.2 Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah terjadi pengaruh secara simultan antara CSR dan profitabilitas terhadap PER nilai perusahaan di Perusahaan Manufaktur BEI tahun 2018-2020 pada tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$ .

**Tabel 4.7 Uji ANOVA**

	<b>F</b>	<b>Sig.</b>
Regression	2.770	.050 <sup>b</sup>

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 25.0, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa hasil analisis regresi secara simultan didapatkan nilai F hitung sebesar 2,770 yang lebih besar dari F tabel sebesar 3,16 atau signifikansi F sebesar 0,050 yang sama dengan dari nilai  $\alpha$  sebesar 0,05, sehingga H0 Ditolak dan H1 Diterima

#### 4.1.5.2 Uji Determinasi

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel terikat yang dilihat melalui Adjust R. Semakin besar angka R2 maka semakin baik model yang digunakan untuk menjelaskan hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat.

**Tabel 4.8**  
**Hasil uji Koefisiansi Determinasi**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.276 <sup>a</sup>	.076	.044	11.26032	1.337
a. Predictors: (Constant), Profitabilitas, CSR					
b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan					

Sumber : diolah pada SPSS 25.0, 2021

Dari tabel *modal summary*, dapat kita lihat bahwa nilai R Square ( $R^2$ ) sebesar 0,076 yang artinya CSR dan profitabilita memiliki pengaruh sebesar 7,6% terhadap Nilai Perusahaan dan 92,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian.

#### 4.1.6 Uji MRA *Moderated Regression Analysis*

##### 4.1.6.1 Uji Regresi MRA dengan Variabel Profitabilitas

Pengujian menggunakan metode MRA atau *Moderated Regression Analysis* adalah analisis regresi yang menggunakan variabel moderating. Dalam penelitian ini menggunakan satu variabel moderating, yaitu variabel Profitabilitas (ROE).

**Tabel 4.9 Hasil Regresi MRA dengan Variabel ROE**

Model	B	Std. Error	Beta
(Constant)	35.178	5.272	
CSR	-24.497	10.843	-.300
Profitabilitas	-42.356	25.744	-.242
MODERAT1	.951	.515	.282

Sumber : diolah pada SPSS 25.0, 2021

Dari hasil uji regresi diatas dapat menghasilkan model persamaan sebagai berikut:

$$Y = 35,178 - 24,497X_1 - 42,356X_2 + 0,951X_1X_2$$

Keterangan :

1. Nilai  $a = 35,178$

Konstanta sebesar 35,178 menunjukkan bahwa jika variable CSR ( $X_1$ ), ROE ( $X_2$ ) dan variabel moderat1 ( $X_1X_2$ ) dianggap konstan (bernilai nol), maka nilai perusahaan (PER) sebesar 35,178 satuan.

2. Nilai  $\beta_1 = -24,497$

Nilai koefisien X1 sebesar  $-24,497$  menunjukkan bahwa jika variabel CSR (X1) dan variabel moderat1 (X1X2) dianggap konstan, maka setiap penambahan 1 satuan unit suku bunga akan menurunkan PER sebesar  $-24,497$  satuan. Sebaliknya, setiap penurunan 1 satuan unit CSR akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar  $-24,497$  satuan.

3. Nilai  $\beta_2 = -42,356$

Nilai koefisien X2 sebesar  $-42,356$  menunjukkan bahwa jika variabel ROE (X2) dan variabel moderat1 (X1X3) dianggap konstan, maka setiap penambahan 1 satuan unit ROE akan menurunkan PER sebesar  $-42,356$  satuan. Sebaliknya, setiap penurunan 1 satuan unit ROE akan menurunkan harga saham sebesar  $-42,356$  satuan

4. Nilai  $\beta_3 = 0,951$

Nilai koefisien X1X2 sebesar  $0,951$  menunjukkan bahwa jika variabel CSR (X1) dan variabel ROE (X2) dianggap konstan, maka setiap penambahan 1 satuan unit variabel moderat akan menaikkan PER sebesar  $0,951$  satuan. Sebaliknya, setiap penurunan 1 satuan unit variabel moderat akan menurunkan harga saham sebesar  $0,951$  satuan.

#### 4.1.6.2 Uji Hipotesis MRA dengan Variabel Profitabilitas

Hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis MRA, yaitu:

H1: Profitabilitas (ROE) memoderasi hubungan CSR terhadap Nilai Perusahaan (PER).

**Tabel 4.10 Uji t dengan MRA Variabel Profitabilitas**

Model	t	Sig.
(Constant)		
CSR	6.672	.000
Profitabilitas	-2.259	.028
<b>MODERATI</b>	-1.645	.106
	1.846	.070

Sumber : diolah pada SPSS 25.0

H1: ROE memoderasi hubungan CSR terhadap nilai perusahaan (PER)

Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial di dapat nilai CSR t hitung -2.259 lebih besar dari t tabel yaitu 2.00404 maka CSR berpengaruh dan memiliki hubungan negatif terhadap Nilai Perusahaan dan nilai signifikan profitabilitas sebesar 0,028 lebih kecil dari *alpha* 0,05 maka profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap PER atau nilai perusahaan.

#### 4.1.6.3 Uji Determinasi melalui ROE sebagai variable moderasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.359 <sup>a</sup>	.129	.083	11.02970	1.321

Sumber : diolah pada SPSS 25.0, 2021

Dari tabel *modal summary*, dapat kita lihat bahwa nilai R Square ( $R^2$ ) sebesar 0,129 yang artinya CSR dan profitabilitas melalui moderasi memiliki pengaruh sebesar 12,9% terhadap Nilai Perusahaan dan 87,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian.

## 4.2 PEMBAHASAN

### 4.2.1 Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan di Perusahaan Manufaktur BEI Tahun 2018-2020

Hasil analisis data menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh negative signifikan terhadap *Price Earning Ratio* PER pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini berbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Helmi Arif (2018) dalam penelitian tersebut menjelaskan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap PER. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Baureukat (2019) yang menjelaskan bahwa dari hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR berpengaruh negative dan signifikan terhadap PER.

PER merupakan perbandingan antara harga saham perusahaan dengan *earning per share* dalam saham. PER adalah fungsi dari perubahan kemampuan laba yang diharapkan di masa yang akan datang. Semakin besar PER, maka semakin besar pula kemungkinan perusahaan untuk tumbuh sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Menurut Tandelilin (2010), PER adalah perbandingan antara harga saham perusahaan dengan *earning per share* dalam saham. PER adalah fungsi dari perubahan kemampuan laba yang diharapkan di masa yang akan datang. Semakin besar PER, maka semakin besar pula kemungkinan perusahaan untuk tumbuh sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Nilai PER ini menjadi pertimbangan para investor untuk melakukan investasi para perusahaan namun beberapa perbedaan penelitian diatas sesuai dengan teori



terkait CSR yang menurut Kotler dan Lee memberikan penekanan pada kata *discretionary* yang berarti kegiatan CSR semata-mata merupakan komitmen perusahaan secara sukarela untuk turut meningkatkan kesejahteraan komunitas dan bukan merupakan aktifitas bisnis yang diwajibkan oleh hukum dan perundang-undangan seperti kewajiban untuk membayar pajak atau kepatuhan perusahaan terhadap undang-undang ketenagakerjaan. Dalam teori ini menjelaskan bahwa CSR memang benar-benar sebagai wujud pertanggung jawaban dari perusahaan kepada masyarakat untuk memberikan kesejahteraan bagi sekitarnya, Sehingga CSR dinyatakan tidak mempengaruhi nilai perusahaan terutama dalam PER.

CSR sebagai wujud pertanggung jawaban perusahaan namun juga ada yang menjelaskan bahwa manfaat dari CSR sendiri menurut Wibisono (2007) manfaat bagi perusahaan yang berupaya menerapkan CSR yaitu, dapat mempertahankan atau mendongkrak *reputasi* dan *brand image* perusahaan, layak mendapatkan *social licence to operate*, mereduksi risiko bisnis perusahaan, melebarkan akses sumberdaya, membentangkan akses menuju market, memperbaiki hubungan dengan stakeholders, meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan, serta berpeluang mendapatkan penghargaan. Sedangkan manfaat CSR bagi masyarakat menurut Ambadar (2008), yaitu dapat meningkatkan kualitas sumberdaya manusia, kelembagaan tabungan, konsumsi dan investasi dari rumah tangga warga masyarakat. Sehingga jika menganut teori ini CSR seharusnya memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan seperti penelitian

dari Helmi Arif (2018) dalam penelitian tersebut menjelaskan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap PER.

#### **4.2.2 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan di Perusahaan Manufaktur BEI Tahun 2018-2020**

Hasil analisis data menunjukkan bahwa Profitabilitas (ROE) memiliki pengaruh negative signifikan terhadap Nilai Perusahaan (PER) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini berbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Duma Rahel Situmorang (2017) dalam penelitian tersebut menjelaskan bahwa Profitabilitas berpengaruh terhadap PER, Profitabilitas Menurut Agus Sartono (2010) definisi rasio profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, maupun modal sendiri. Dengan demikian bagi investor jangka panjang akan sangat berkepentingan dengan analisis profitabilitas ini.

Profitabilitas bisa di ukur dengan berbagai cara diantaranya melalui ROA, ROE dan NPM namun pada penelitian ini peneliti mengambil melalui ROE karena dirasa lebih mudah percaraan data. Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial di dapat nilai Profitabilitas hitung sebesar 0,824 lebih kecil dari t tabel yaitu 2.00324 maka profitabilitas tidak berpengaruh dan memiliki hubungan negatif terhadap , dan nilai signifikan profitabilitas sebesar 0,413 lebih dari *alpha* 0,05 maka profitabilitas tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Kasmir (2014) demendefinisikan rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari

keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan oleh penjualan dan pendapatan investasi.

Hubungan Profitabilitas dengan Nilai Perusahaan terutama PER merupakan dua variabel yang seharusnya saling mempengaruhi, namun dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa tidak semua hasil penelitian sesuai dengan teori.

#### **4.2.3 Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi di Perusahaan Manufaktur BEI Tahun 2018-2020**

Melalui uji MRA CSR terhadap nilai perusahaan melalui moderating ROE diketahui ada perubahan dari yang awalnya tidak berpengaruh menjadi berpengaruh sesuai dengan data  $t$  hitung  $-2.259$  lebih besar dari  $t$  tabel yaitu  $2.00404$  maka CSR berpengaruh dan memiliki hubungan negatif terhadap Nilai Perusahaan dan nilai signifikan CSR sebesar  $0,028$  lebih kecil dari  $\alpha$   $0,05$  maka CSR berpengaruh signifikan terhadap PER melalui ROE sebagai variabel moderating. Dari penelitian sebelum dan sesudah memakai variabel moderating dapat diketahui bahwa ROE mampu mempengaruhi variabel dependen dan independen.

Melalui Uji determinasi juga diketahui bahwa ada pengaruh sebelum dan sesudah menggunakan moderasi dimana nilai pengaruh menjadi lebih besar, pada uji regresi linier yang pertama diketahui bahwa nilai R Square ( $R^2$ ) sebesar  $0,076$  yang artinya CSR dan profitabilitas memiliki pengaruh sebesar  $7,6\%$  terhadap Nilai Perusahaan dan  $92,4\%$  dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian. Setelah

dimoderasi nilai determinasi sebesar 0,129 yang artinya CSR dan profitabilitas melalui moderasi memiliki pengaruh sebesar 12,9% terhadap Nilai Perusahaan dan 87,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian. Sehingga dapat disimpulkan bahwa moderasi profitabilitas mampu mempengaruhi pengaruh dari CSR terhadap nilai perusahaan.

Adanya CSR merupakan salah satu cara yang digunakan untuk mendapatkan simpati dari kalayak umum dan masyarakat bisa sebagai wujud responsibility atau tanggung jawab perusahaan yang diungkapkan oleh Dalam definisi tersebut, Kotler dan Lee (2005) memberikan penekanan pada kata *discretionary* yang berarti kegiatan CSR semata-mata merupakan komitmen perusahaan secara sukarela untuk turut meningkatkan kesejahteraan komunitas dan bukan merupakan aktifitas bisnis yang diwajibkan oleh hukum dan perundang-undangan seperti kewajiban untuk membayar pajak atau kepatuhan perusahaan terhadap undang-undang ketenagakerjaan. dan juga bisa sebagai wujud promosi untuk meningkatkan profitabilitas seperti yang diungkapkan Wibisono (2007) manfaat bagi perusahaan yang berupaya menerapkan CSR yaitu, dapat mempertahankan atau mendongkrak *reputasi dan brand image* perusahaan, layak mendapatkan *social licence to opeate*, mereduksi risiko bisnis perusahaan, melebarkan akses sumberdaya, membentangkan akses menuju market, memperbaiki hubungan dengan stakeholders, meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan, serta berpeluang mendapatkan penghargaan.

tanggung jawab perusahaan yang diungkapkan oleh Dalam definisi tersebut, Kotler dan Lee (2005) memberikan penekanan pada kata *discretionary* yang berarti kegiatan CSR semata-mata merupakan komitmen perusahaan secara sukarela untuk turut meningkatkan kesejahteraan komunitas dan bukan merupakan aktifitas bisnis yang diwajibkan oleh hukum dan perundang-undangan seperti kewajiban untuk membayar pajak atau kepatuhan perusahaan terhadap undang-undang ketenagakerjaan. dan juga bisa sebagai wujud promosi untuk meningkatkan profitabilitas seperti yang diungkapkan Wibisono (2007) manfaat bagi perusahaan yang berupaya menerapkan CSR yaitu, dapat mempertahankan atau mendongkrak *reputasi dan brand image* perusahaan, layak mendapatkan *social licence to operate*, mereduksi risiko bisnis perusahaan, melebarkan akses sumberdaya, membentangkan akses menuju market, memperbaiki hubungan dengan stakeholders, meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan, serta berpeluang mendapatkan penghargaan.

Berdasarkan pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh moderasi CSR terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas, semakin besar CSR yang dikeluarkan semakin meningkat pula nilai perusahaan, begitu juga adanya profitabilitas mempengaruhi keduanya baik CSR dan Nilai Perusahaan.

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data, peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. CSR tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan (PER) di BEI Tahun 2018-2020, artinya adanya CSR tidak mempengaruhi terhadap nilai dari perusahaan sehingga hal ini tidak menjadi masalah bagi beberapa investor.
2. ROE tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan (PER) di BEI Tahun 2018-2020, hal ini bisa terjadi karena adanya factor lain diluar ROE yang mempengaruhi
3. CSR berpengaruh terhadap PER melalui ROE sebagai variable moderasi di BEI Tahun 2018-2020, artinya ROE telah memoderasi pengaruh CSR terhadap PER, artinya variable moderasi mempengaruhi dua variable lainnya menjadi lebih berpengaruh

#### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan terdapat beberapa saran yang akan diberikan oleh peneliti sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan: Diharapkan untuk memperhatikan kondisi demografi pimpinan direksi dalam pengambilan keputusan perihal keuangan, dan pelaporan kondisi keuangan. serta memperhatikan kondisi nilai perusahaan di mata investor, dimana hal tersebut dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi kinerja perusahaan dimasa yang akan datang.
2. Bagi investor: Sebelum mengambil keputusan untuk berinvestasi pada saham di industri tertentu disarankan untuk tidak hanya mengacu pada kondisi internal perusahaan saja namun juga pada faktor eksternal perusahaan. karena selain faktor internal perusahaan, faktor eksternal merupakan salah satu faktor penting yang harus diperhatikan dalam membuat suatu keputusan investasi.
3. Bagi penulis selanjutnya: Dengan keterbatasan variabel dalam penelitian yang dilakukan ini, alangkah baiknya pada penelitian selanjutnya dapat meneliti pada objek selain yang digunakan peneliti atau menambah variabel baru sehingga hasil penelitian yang dihasilkan dapat lebih maksimal.

## DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an dan Hadist

Aliah dkk, Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar di BEI, *Riset & JURNAL AKUNTANSI*, Volume 4 Nomor 1, Februari 2020  
<https://doi.org/10.33395/owner.v4i1.201>

Agus, Sartono. 2010. *“Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi”*. Edisi 4. Yogyakarta:BPFE

Ang,R.1997. *“Buku Pintar Pasar Modal Indonesia”*. Jakarta:Madiasoft Indonesia

A. Chairi dan Imam Ghozali. 2007. *“Teori Akuntansi.Semarang”*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Agus, Sartono. 2016. *“Manajemen Keuangan: Teori dan Aplikasi”*. Edisi Keempat.Yogyakarta:BPFE

Ambadar J. 2018. *“Corporate Social Responsibility dalam Praktik di Indonesia”*. Edisi 1. Penerbit Elex Media Computindo

Ambar, Wahyuning Setianingrum. 2015. *“Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi”*, (Studi Pada Perusahaan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2011-2013).

Brigham, Eugene; Louis C. Gapenski dan Philip R. Daves.2014.”*Intermediate Financial Management”*. New Jersey-USA:Prentice-Hall

Cheng Ming Chang dan Zuwei Ching Tzeng. 2011. The Effect of Leverage on Firm Value and How The Firm Financial Quality Influence on This Effect. *World Journal Of Mangement*, 3(2)

Darsono dan Ashari. 2010. *“Pedoman Praktis Memahami Laporan Keuangan”*. Penerbit Andi. Yogyakarta

Brigham dan Houston. 2010. *“Dasar-dasar Manajemen Keuangan Buku 1”* (edisi II). Jakarta: Salemba Empat



- Freeman, R.E & McVea. 2001. *A Stakeholder Approach to Strategic Management*. University of Virginia. *Working Paper* No. 01-12
- Freeman, R.E. 1984. *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, Boston. Pitman
- Gapensi, B. 1996. *“Intermediate Financial Management. Fifth Edition”*. New York: The Dryden Press.
- Halim, A. 2003. *“Analisis Investasi”*. Edisi Pertama. Salemba Empat. Jakarta
- Hartono, Jogiyanto. 2009. *“Teori Portofolio dan Analisis Investasi”*. Edisi Keenam Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta
- Hemastuti, Candra Pani. 2014. Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Dividen, kebijakan Hutang, Keputusan Investasi dan Kepemilikan Insider Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu & Riset Akutansi* Vol.3 No.4
- Harmono. 2015. *Manajemen Keuangan Berbasis Balanced Scorecard Pendekatan Teori, Kasus dan Riset*. Bisnis. Jakarta: Bumi Aksara
- <http://www.knic.co.id> diakses tanggal 5 Februari 2020
- Ida Nuryana dan Elisabet, Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating, *AFRE Accounting and Financial Review*, 2(2): 142-146, 2019, <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/afre>
- Indah Yuliana, SE., MM dan A. Djalaluddin, Lc., MA. 2019. *“Corporate Social Responsibility”*. UIN-Maliki Press
- Journal of Islamic Banking and Finance* Volume - 3 , No - ( 1 ) ISSN - E: 2684 - 8 5 54
- Jensen, C.M . 1993. The Modern Industrial Revolution, Exit, and The Failure of Internal Control Systems. *Journal of Finance*, 48, 831-380
- Kementerian PPN/Bappenas. 2019. *“Perkembangan Ekonomi Indonesia Dan Dunia”*. Jakarta. diperoleh tanggal 8 Februari 2020
- Kotler, Philip dan Nancy Lee. 2005. *“Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good you’re your Company and Your Cause”*. New Jersey; John Wiley & Sons, Inc


- Kasmir. 2014. “*Analisis Laporan Keuangan*”, Edisi Pertama, Cetakan Ketujuh. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada
- Languju,O.,Mangantar,M &Tasik H. 2016. Pengaruh Return On Equity, Ukuran Perusahaan,Price Earning Ratio Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Property And Real Estate Terdaftar di BEI Influence Of Return On Equity,*Company Size,Price Earning Ratio*.16(02),387-398
- Maulida,K.A & Adam.H. 2012. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Sustainability Performance. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*
- Mardikanto, Totok.2014.*CSR (Corporate Social Responsibility): Tanggungjawab Sosial Korporasi*.Bandung:Alfabeta
- Mega Karunia dkk, Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Pada Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2014), *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol. 38 No.2 September 2016*
- Ni Ketut dkk, Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan di Moderasi Oleh Profitabilitas, Universitas Mahasaraswati Denpasar [ayyusukantini@gmail.com](mailto:ayyusukantini@gmail.com)
- Nabila Kholida dan Dwi Ermayanti, Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Moderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Batubara Yang Terdaftar di BEI Periode Tahun 2017-2018), *Seminar Nasional Ekonomi & Bisnis Dewanatara Call For Peper 2019* <https://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/SNEB/issue/view/46>
- Ni Kadek dan Luh Gede. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan CSR Sebagai Variabel Moderasi, *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 7.8 (2018): 1997-2026
- Nurhayati, dkk, Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Menggunakan Profitabilias Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode Tahun 2016-2018), *JHIBIZ : Global*
- Nurani, Galuh Amalia Rizki. 2020. Pengaruh Pengungkapan CSR dan

Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di ISSI 2016-2018)

- Nofrita, Ria. 2013. “Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Dividen sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI).” *Jurnal Akuntansi 1.1*.
- Nur, Marzully dan Denies Priantinah. 2012. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility di Indonesia (Studi Empiris pada Perusahaan Berkategori High Profile yang Listing di BEI). *Jurnal Nominal*, Volume 1 No.1, 22-34
- Puspita, Adella Hasri. 2020. *Pengaruh CSRD Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2019*. SKRIPSI.
- Puti dkk, Pengaruh Return on Asset (ROA), Return on Wquity (ROE), dan Ukuran Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure, *JURNAL RISET AKUNTANSI DAN KEUANGAN*, 7 (2), 2019, 343-366
- Rustiarini, N.W. 2010. Pengaruh *Corporate Governance* pada Hubungan *Corporate Social Responsibility* dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, vol 6 No 1
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Tandelilin, Eduardus. 2010. “*Analisis Investasi dan Manajemen Portofolio. Edisi Pertama*”. BPFE: Yogyakarta
- Undang-Undang Perseroan Terbatas No 40 Pasal 74 Tahun 2007
- Wenni Wahyuandari, Pengaruh Tingkat Profitabilitas Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR Perusahaan, *Jurnal Universitas Tulungagung BONOROWO* Vol. 2.No.2 Tahun 2015
- Weston, J. Feed dan Thomas E. Copeland. 2010. *Manajemen Keuangan*. Jakarta: Binarupa Aksara
- Yusuf Wibisono. 2007. *Membedah Konsep & Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)*. PT Gramedia. Jakarta

Zubaidi, Latief. 2018. *Manajemen Keuangan Perusahaan: konsep aplikasi dalam perencanaan, pengawasan dan pengambilan keputusan*. Raja Grafindo Persada: Jakarta



The logo is a shield-shaped emblem with a light green background and a white border. It features the text 'UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG' around the top and 'PUSAT PERPUSTAKAAN' at the bottom. In the center, there is a yellow calligraphic design.

# LAMPIRAN – LAMPIRAN

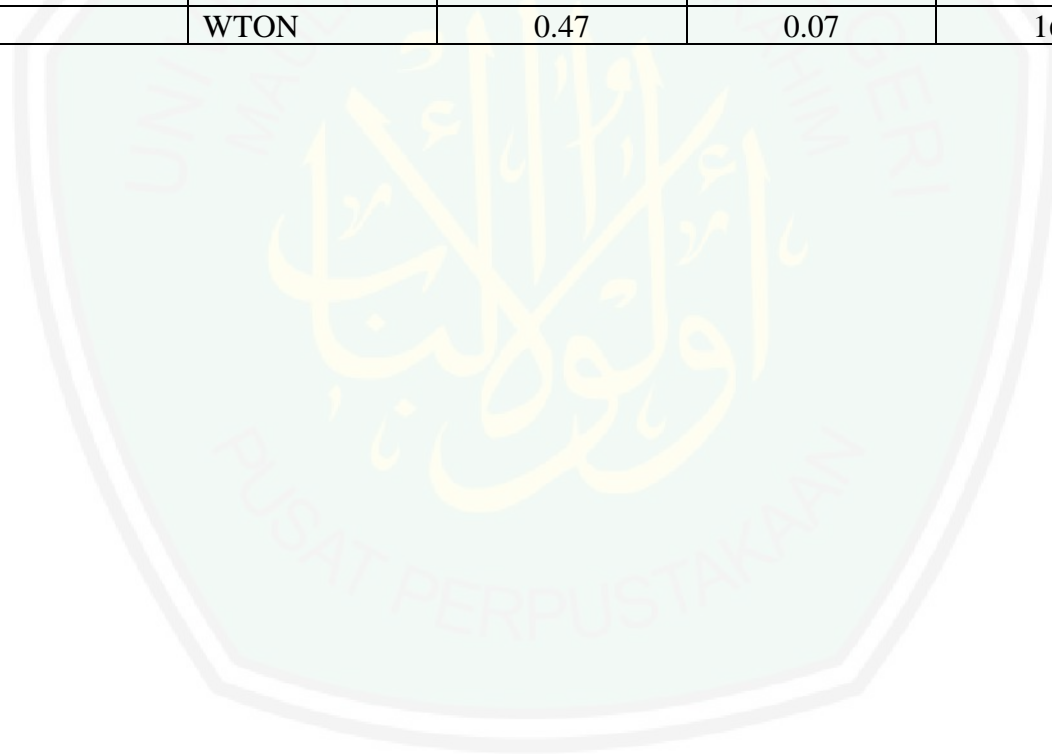
### Lampiran 1 : Daftar Sampel Perusahaan

<b>NO</b>	<b>KODE PERUSAHAAN</b>	<b>NAMA PERUSAHAAN</b>
1.	ARNA	Arwana Citramulia Tbk.
2.	ASII	Astra International Tbk.
3.	AUTO	Astra Otoparts Tbk.
4.	BOLT	Garuda Metalindo Tbk.
5.	CINT	Chitose Internasional Tbk.
6.	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk
7.	FASW	Fajar Surya Wisesa Tbk
8.	GGRM	Gudang Garam Tbk.
9.	HMSP	H. M. Sampoerna Tbk.
10.	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
11.	KBLM	Kabelindo Murni Tbk.
12.	KDSI	Kedawung Setia Industrial Tbk
13.	KINO	Kino Indonesia Tbk.
14.	KLBF	Kalbe Farma Tbk
15.	LMPI	Langgeng Makmur Industri Tbk
16.	MBTO	Martina Berto Tbk.
17.	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk.
18.	SIPD	Sierad Produce Tbk.
19.	TCID	Mandom Indonesia Tbk.
20.	WTON	Wijaya Karya Beton Tbk.

Lampiran 2. Data CSR, ROE dan EPS

<b>TAHUN</b>	<b>KODE</b>	<b>CSR</b>	<b>ROE</b>	<b>EPS</b>
2018	ARNA	0.41	0.62	51.34
	ASII	0.54	0.4	12.77
	AUTO	0.51	0.47	11.05
	BOLT	0.29	0.32	18.08
	CINT	0.32	0.08	47.36
	CPIN	0.38	0.41	38.16
	FASW	0.4	0.52	31.6
	GGRM	0.21	0.51	18.08
	HMSP	0.68	0.29	26.84
	ICBP	0.69	0.32	47.36
	KBLM	0.32	0.38	47.36
	KDSI	0.59	0.4	26.62
	KINO	0.68	0.68	31.47
	KLBF	0.4	0.65	18.71
	LMPI	0.46	0.69	38.16
	MBTO	0.37	0.47	47.36
	ROTI	0.33	0.32	45.23
	SIPD	0.47	0.59	25.21
	TCID	0.62	0.68	23.97
	2019	WTON	0.4	0.37
ARNA		0.47	0.47	25.21
ASII		0.32	0.47	45.23
AUTO		0.65	0.53	39.15
BOLT		0.41	0.62	39.15
CINT		0.52	0.4	10.84
CPIN		0.51	0.47	9.76
FASW		0.29	0.1	22
GGRM		0.32	0.03	19.83
HMSP		0.38	0.23	20.86
ICBP		0.68	0.21	22.32
KBLM		0.65	0.1	13.45
KDSI		0.69	0.22	10.79
KINO		0.59	0.07	13.45
KLBF		0.47	0.23	19.84
LMPI		0.62	0.09	15.7
MBTO		0.4	0.08	13.45
ROTI		0.47	0.09	20.86
SIPD		0.32	0.04	42.4
TCID		0.08	0.1	12.81
2020	WTON	0.41	0.18	28.05
	ARNA	0.52	0.14	10.77
	ASII	0.51	0.06	20.31

	AUTO	0.29	0.07	33.15
	BOLT	0.32	0.02	36.44
	CINT	0.38	0.17	26.69
	CPIN	0.4	0.21	19.44
	FASW	0.68	0.2	20.31
	GGRM	0.65	0.11	11.54
	HMSP	0.69	0.16	11.54
	ICBP	0.47	0.05	26.69
	KBLM	0.32	0.02	36.44
	KDSI	0.59	0.19	19.33
	KINO	0.68	0.15	30.43
	KLBF	0.37	0.08	26.07
	LMPI	0.47	0.26	16.3
	MBTO	0.47	0.09	28.87
	ROTI	0.53	0.07	26.08
	SIPD	0.62	0.07	19.91
	TCID	0.4	0.08	18.08
	WTON	0.47	0.07	16.3





Lampiran 3. Hasil Penelitian

Uji Statistik Deskriptif

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	60	.08	.69	.4692	.14085
Profitabilitas	60	-.03	.26	.1150	.06568
MODERAT1	60	1.11	15.21	6.9505	3.41083
Nilai Perusahaan	60	9.76	51.34	25.4213	11.51534
Valid N (listwise)	60				

Uji Normalitas

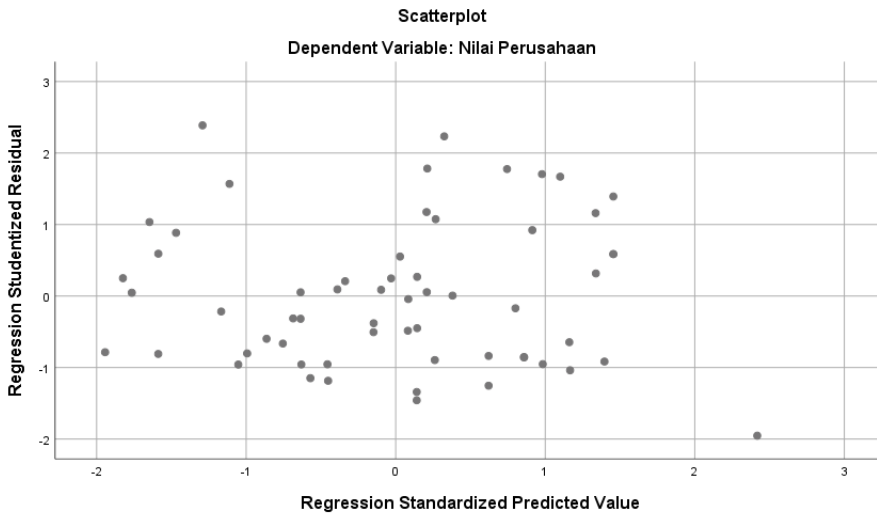
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	10.74562807
Most Extreme Differences	Absolute	.093
	Positive	.093
	Negative	-.072
Test Statistic		.093
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

## UJI ASUMSI KLASIK

### Heteroskedasitas



### Uji Autokorelasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.276 <sup>a</sup>	.076	.044	11.26032	1.337

a. Predictors: (Constant), Profitabilitas, CSR

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

### Uji Multikolonieritas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Correlations			Collinearity Statistics	
		Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)					
	CSR	-.255	-.230	-.227	.955	1.047
	Profitabilitas	-.156	-.109	-.105	.955	1.047

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

## UJI REGRESI LINIER BERGANDA

### Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	36.512	5.332		6.848	.000
	CSR	-19.024	10.648	-.233	-1.787	.079
	Profitabilitas	-18.824	22.835	-.107	-.824	.413

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

### Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	596.272	2	298.136	2.351	.104 <sup>b</sup>
	Residual	7227.309	57	126.795		
	Total	7823.581	59			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), Profitabilitas, CSR

### Uji Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.276 <sup>a</sup>	.076	.044	11.26032	1.337

a. Predictors: (Constant), Profitabilitas, CSR

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Analisis Regresi MRA (Uji MRA)

UJI T

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	35.178	5.272		6.672	.000
	CSR	-24.497	10.843	-.300	-2.259	.028
	Profitabilitas	-42.356	25.744	-.242	-1.645	.106
	MODERAT1	.951	.515	.282	1.846	.070

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Uji F

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1010.938	3	336.979	2.770	.050 <sup>b</sup>
	Residual	6812.643	56	121.654		
	Total	7823.581	59			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), MODERAT1, CSR, Profitabilitas

Koefisien Determinasi

**Model Summary<sup>b</sup>**









Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.359 <sup>a</sup>	.129	.083	11.02970	1.321

a. Predictors: (Constant), MODERAT1, CSR, Profitabilitas

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

## BUKTI KONSULTASI

Nama : Tanjung Mira Rizki  
Nim / Jurusan : 16510047  
Pembimbing : Muhammad Sulhan, S.E., MM.  
Judul Skripsi : Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel moderasi pada Perusahaan Manufaktur tahun 2018-2020

No.	Tanggal	Materi Konsultasi	Tanda Tangan
1.	17-02-2020	Bab I	1. 
2.	03-03-2021	Bab II	2. 
3.	06-03-2021	Revisi Bab I – III	3. 
4.	11-03-2021	ACC Proposal	4. 
5.	15-05-2021	Bab IV-V	5. 
6.	20-08-2021	Revisi Bab IV-V	6. 
7.	15-12-2021	Revisi Bab IV – V	7. 
8.	18-12-2021	ACC Skripsi	8. 

Tulungagung, 18 Desember 2021

Mengetahui:  
Ketua Jurusan Manajemen



**Muhammad Sulhan, SE., MM.**

NIP: 197406042006041002

## BIODATA PENELITI

Nama Lengkap : Tanjung Mira Rizki

Tempat, tanggal lahir : Tulungagung, 25 Maret 1997

Alamat : Desa Dukuh Kecamatan Gondang, Tulungagung

Telepon/HP : 081338787479

E-mail : [tanjungmira33@gmail.com](mailto:tanjungmira33@gmail.com)

### **Pendidikan Formal**

2001-2003 : TK Dharma Wanita Bendo 1

2003-2006 : SD Negeri 1 Bendo

2006-2012 : SMP Negeri 1 Gondang

2013-2016 : SMA Al-Rifa'ie Malang

2016-2022 : Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam  
Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

### **Pendidikan Non Formal**

2013-2016 : Pondok Modern Al-Rifa'ie

2016-2017 : Progam Perkuliahan Bahasa Arab UIN Maliki Malang

2017-2018 : English Language Center (ELC) UIN Maliki Malang

### **Aktivitas dan Pelatihan**

- Peserta Seminar dan Bedah Buku “Sajak Langit” dan “Serasa Bukan Serasi” Mabna Asma’ Binti Abi Bakar Pusat Ma’had Al-Jami’ah UIN Maliki Malang 2016

- Peserta Sosialisasi Manasik Haji Pusat Ma'had Al-Jami'ah UIN Maliki Malang 2016
- Peserta National Seminar on Manajemen Fiesta UIN Maliki Malang 2016
- Peserta Seminar Nasional “Pasar Modal” Galeri Investasi dan KSPM BEI UM 2017
- Peserta “International Conference of Islamic Economics & Business” UIN Maliki Malang 2018
- Peserta Manajemen Fiesta (Manfest) UIN Maliki Malang 2018
- Peserta Seminar Nasional Komisi Pemilihan Umum UIN Maliki Malang 2019
- Peserta Pelatihan SPSS Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang 2019
- Peserta “Pelatihan dan Pengembangan Information Literacy Skills Mahasiswa” UIN Maliki Malang 2019
- Peserta Pelatihan “Turnitin” Perpustakaan Pusat UIN Maliki Malang
- Peserta Pelatihan Unggah Mandiri e-Theses Perpustakaan Pusat UIN Maliki Malang



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

Jalan Gajayana 50 Malang 65144 Telepon (0341) 558881, Faksimile (0341) 558881

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

Yang bertanda tangan di bawah ini :

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

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Tanjung Mira Rizki  
NIM : 16510047  
Handphone : 081338787479  
Konsentrasi : Keuangan  
Email : tanjungmira33@gmail.com  
Judul Skripsi : Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi di Perusahaan Manufaktur Tahun 2018-2020

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

<b>SIMILARTY INDEX</b>	<b>INTERNET SOURCES</b>	<b>PUBLICATION</b>	<b>STUDENT PAPER</b>
<b>16%</b>	<b>17%</b>	<b>5%</b>	<b>9%</b>

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

Malang, 25 Januari 2022  
UP2M

Zuraidah, S.E.,M.SA  
NIP. 197612102009122001



## csr

### ORIGINALITY REPORT

<b>16%</b>	<b>17%</b>	<b>5%</b>	<b>9%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

### PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>dspace.uii.ac.id</b> Internet Source	<b>7%</b>
<b>2</b>	<b>anzdoc.com</b> Internet Source	<b>6%</b>
<b>3</b>	<b>etheses.uin-malang.ac.id</b> Internet Source	<b>4%</b>

