

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

(Studi Pada Perusahaan Manufaktur di BEI Periode 2016-2018)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat Ujian Sarjana Ekonomi
Program Studi S1 Akuntansi

JEINAB KURNIASARI

NPM: C11150052



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) EKUITAS

BANDUNG

2020

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

(Studi Pada Perusahaan Manufaktur di BEI Periode 2016-2018)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat Ujian Sarjana Ekonomi
Program Studi S1 Akuntansi

JEINAB KURNIASARI

NPM: C11150052



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) EKUITAS

BANDUNG

2020

LEMBAR PENGESAHAN

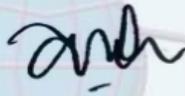
**PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
(CSR) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS
DAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERATING
(Studi Pada Perusahaan Manufaktur di BEI Periode 2016-2018)**

JEINAB KURNIASARI

NPM: C11150052

Bandung, 6 Januari 2020

Pembimbing,



Yane Devi Anna, SE., M.Si., Ak., CA.

Mengetahui,

Ketua
STIE EKUITAS



Dr.rer.nat. M. Fani Cahyandito, S.E., M.Sc., CSP.

Ketua Program Studi
S1 Akuntansi



Dwi Puryati, SE., M.Si., Ak., CA.

Tanggung jawab yuridis ada pada penulis

LEMBAR PERNYATAAN

PROGRAM SARJANA

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis (skripsi) ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar Sarjana, baik di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi EKUITAS (STIE EKUITAS) maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing dan penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Bandung, 04 Januari 2020

Yang membuat pernyataan,

(materai 6000)

Jeinab Kurniasari

PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERATING (Studi Pada Perusahaan Manufaktur di BEI Periode 2016-2018)

**Disusun Oleh:
Jeinab Kurniasari**

**Pembimbing:
Yane Devi Anna, S.E., M.Si., Ak., CA.**

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan manufaktur dengan profitabilitas dan ukuran perusahaan sebagai variabel moderating, baik secara simultan maupun parsial.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif-verifikatif dan metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi moderasi dengan pendekatan data panel. Sampel penelitian ini adalah laporan keuangan perusahaan manufaktur periode 2016-2018 dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Terdapat 81 perusahaan yang memenuhi kriteria sebagai sampel penelitian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pengungkapan CSR dengan profitabilitas dan ukuran perusahaan sebagai variabel moderating berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, secara parsial penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan manufaktur. Profitabilitas sebagai variabel moderating dapat memoderasi pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan manufaktur, sedangkan ukuran perusahaan sebagai variabel moderating tidak dapat mempengaruhi hubungan pengungkapan CSR dan nilai perusahaan manufaktur.

Kata Kunci: Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), Nilai Perusahaan, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan

***THE EFFECT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)
DISCLOSURE TO FIRM VALUE WITH PROFITABILITY AND FIRM SIZE
AS MODERATING VARIABLES
(Studies In Manufacturing Companies On The Indonesia Stock Exchange
(IDX) Period 2016-2018)***

***Arranged By:
Jeinab Kurniasari***

***Advisor:
Yane Devi Anna, S.E., M.Sc., Ak., CA.***

ABSTRACT

The aims of this study is to determine the effect of CSR disclosure on the firm value of manufacturing companies with profitability and company size as moderating variables, both simultaneously and partially.

The research method used is descriptive-verification research method and the analytical method used is a moderated regression analysis with panel data approach. The sample of this research is the financial statements of manufacturing companies in 2016-2018 using purposive sampling method. There are 81 companies that meet the criteria as a research sample.

The results of this study indicate that CSR disclosure variables with profitability and company size as moderating variables have a positive effect on firm value. Meanwhile, this research partially shows that CSR disclosure does not have a positive effect on the value of manufacturing companies. Profitability as a moderating variable can moderate the effect of CSR disclosure on the value of a manufacturing company, while company size as a moderating variable cannot affect the relationship of CSR disclosure and the value of a manufacturing company.

Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure, Firm Value, Profitability, Firm Size

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERATING (Studi Pada Perusahaan Manufaktur di BEI Periode 2016-2018)”. Adapun penelitian skripsi ini dibuat untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana S1 Akuntansi pada Program Studi S1 Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) EKUITAS Bandung.

Peneliti menyadari bahwa keberhasilan penelitian skripsi ini tidak terlepas dari berbagai pihak yang dengan sukarela memberikan bimbingan, saran, dorongan dan bantuan yang sangat bermanfaat bagi peneliti. Pada kesempatan ini, peneliti ucapkan terimakasih yang tulus kepada:

1. Allah SWT yang selalu memberikan limpahan rahmat, hidayah dan karunia-Nya kepada penulis selama pembuatan skripsi ini.
2. Kedua orang tua tercinta, Ibu Enden Parida dan Bapak Didi Supriadi yang selalu mendoakan, selalu menguatkan, memberikan semangat dan selalu memberikan kasih sayangnya kepada penulis, sehingga penulis bisa terus berjuang untuk tidak pantang menyerah.

3. Adik penulis, Muhamad Rizki Alamsyah yang selalu memberikan doa, dukungan dan motivasi kepada penulis.
4. Dr.rer.nat. M. Fani Cahyandito, S.E., M.Sc., CSP. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) EKUITAS Bandung,
5. Dr. Ir. Dani Dagustani, M.M. selaku PLT Wakil Ketua I Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) EKUITAS Bandung,
6. Dr. H. Herry Achmad Buchory, S.E., M.M. selaku Wakil ketua II Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) EKUITAS Bandung,
7. Dr. Sudi Rahayu, S.E., M.M. selaku Wakil ketua III Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) EKUITAS Bandung,
8. Dwi Puryati, S.E., M.Si., Ak., CA. selaku Ketua Program Studi S1 Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) EKUITAS Bandung,
9. Hery Syaerul Homan, S.Pd., M.Pd., M.Ak. selaku Sekretaris Program Studi S1 Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) EKUITAS Bandung,
10. Cecep Taufiqurrohman, S.E., M.M., Ak., CA. selaku Dosen Wali pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) EKUITAS Bandung,
11. Yane Devi Anna, S.E., M.Si., Ak., CA. selaku dosen pembimbing penulis yang telah meluangkan banyak waktu untuk membimbing dan memberikan pengarahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
12. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, khususnya Program Studi S1 Akuntansi yang memberikan segenap ilmunya serta Staff Karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) EKUITAS Bandung yang kian kooperatif dalam

urusan administrasi dan perijinan, sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan skripsi.

13. Orang-orang terdekat di tempat penulis bekerja Putri Aprilia Rizkiyati, Ine Trisnawati, Sheilla Febrina, Gina Agistiana, Ranti Wigiarti, dan Sofiati Sadi'ah yang selalu memberikan dukungan, semangat dan kesabaran dalam menghadapi keluh kesah penulis dalam proses penyusunan skripsi ini. Serta terkhusus untuk Bapak Asep Mulyana selaku atasan di tempat penulis bekerja yang selalu memberikan dukungan, ilmu dan kemudahan dalam perijinan penulis dalam menyusun skripsi ini.
14. Seluruh rekan kerja di PT. Jico Agung cabang Bandung yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.
15. Sahabat satu perjuangan Dini Andriani, Sarimanah Rosmayanti dan Tita Laelasari yang saling memotivasi, saling menguatkan, memberikan saran, berbagi pengetahuan dan bertukar informasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
16. Rekan-rekan akuntansi satu angkatan yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu, yang telah berjuang bersama-sama, dan mengukir kenangan indah selama masa perkuliahan.
17. Semua pihak yang terlibat dan tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang telah berjasa dan membantu, baik moril maupun semangat dalam penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan banyak kekurangan yang disebabkan keterbatasan pengetahuan serta pengalaman penulis. Oleh karena itu, penulis dengan tangan

terbuka menerima segala kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Penulis berharap semoga skripsi yang telah disusun ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukannya baik mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) EKUITAS Bandung maupun bukan, dan semoga skripsi ini dapat berguna dalam pengembangan ilmu dalam bidang ekonomi, khususnya mahasiswa S1 Akuntansi.

Wassalamua'alaikum Wr. Wb.

Bandung, 04 Januari 2020

Penulis,

Jeinab Kurniasari

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian.....	6
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	7
1.3.1 Maksud Penelitian.....	7
1.3.2 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian	9
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN	
HIPOTESIS PENELITIAN	11
2.1 Tinjauan Pustaka.....	11
2.1.1 Teori <i>Stakeholder</i>	11
2.1.2 Teori Legitimasi.....	13

2.1.3	<i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	14
2.1.4	Nilai Perusahaan	29
2.1.5	Profitabilitas	32
2.1.6	Ukuran Perusahaan	33
2.2	Penelitian Terdahulu	35
2.3	Kerangka Pemikiran.....	39
2.3.1	Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> Terhadap Nilai Perusahaan	39
2.3.2	Pengaruh Profitabilitas sebagai Variabel Moderating dalam Hubungan Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> dan Nilai Perusahaan	40
2.3.3	Pengaruh Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderating dalam Hu- bungan Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> dan Nilai Perusahaan.....	41
2.4	Hipotesis Penelitian.....	42
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....		44
3.1	Objek Penelitian.....	44
3.2	Metode Penelitian	44
3.2.1	Metode yang Digunakan	44
3.2.2	Operasionalisasi Variabel Penelitian	45
3.2.2.1	Variabel Dependen (Bebas)	46
3.2.2.2	Variabel Independen (Terikat)	47
3.2.2.3	Variabel Moderating	48
3.2.3	Populasi dan Teknik Penentuan Sampel	51

3.2.3.1	Populasi	51
3.2.3.2	Sampel.....	51
3.2.4	Teknik Pengumpulan Data	53
3.2.5	Metode Pengujian Data	53
3.2.5.1	Satastatik Deskriptif	53
3.2.5.2	Uji Asumsi Klasik.....	54
3.2.6	Rancangan Pengujian Hipotesis	56
3.2.6.1	<i>Moderating Regression Analysis (MRA)</i>	56
3.2.6.2	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	57
3.2.6.3	Uji t (<i>Partial Individual Test</i>).....	58
3.2.6.4	Uji F (<i>Overall Significance Test</i>).....	59
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	62
4.1	Hasil Penelitian	62
4.1.1	Statistik Deskriptif	62
4.1.1.1	Gambaran Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2016-2018	62
4.1.1.2	Gambaran Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2016-2018	68
4.1.1.3	Gambaran Profitabilitas pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2016-2018	73
4.1.1.4	Gambaran Ukuran Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2016-2018.....	78
4.1.2	Uji Asumsi Klasik	84

4.1.2.1 Uji Normalitas	84
4.1.2.2 Uji Multikolinieritas	85
4.1.2.3 Uji Heterokedastisitas	86
4.1.2.4 Uji Autokolerasi	87
4.1.3 Pengujian Hipotesis	88
4.1.3.1 <i>Moderating Regression Analysis (MRA)</i>	88
4.1.3.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	90
4.1.3.3 Uji t (<i>Partial Individual Test</i>)	91
4.1.3.4 Uji F (<i>Overall Significance Test</i>)	93
4.2 Pembahasan	94
4.2.1 Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2016-2018	94
4.2.2 Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2016- 2018	95
4.2.3 Profitabilitas pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2016-2018	96
4.2.4 Ukuran Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2016-2018	97
4.2.5 Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> Terhadap Nilai Perusahaan	98
4.2.6 Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating	99
4.2.7 Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	

Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderating.....	100
4.2.8 Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderating Secara Simultan.....	101
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	102
5.1 Kesimpulan.....	102
5.2 Saran.....	104
DAFTAR PUSTAKA.....	108

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Indikator CSR Berdasarkan GRI G4	21
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	36
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	49
Tabel 3.2 Hasil <i>Purposive Sample</i>	52
Tabel 4.1 Pengungkapan CSR Di Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Periode 2016-2018.....	63
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif Pengungkapan CSR Perusahaan Manufaktur 2016- 2018.....	66
Tabel 4.3 Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI 2016-2018	69
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Nilai Perusahaan Manufaktur Periode 2016-2018	72
Tabel 4.5 Profitabilitas Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Periode 2016-2018	74
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Profitabilitas Manufaktur Periode 2016-2018	76
Tabel 4.7 Ukuran Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI 2016-2018... 78	
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Ukuran Perusahaan Manufaktur Prd 2016-2018 ..	81
Tabel 4.9 Uji Normalitas	83
Tabel 4.10 Uji Multikolinearitas	84
Tabel 4.11 Uji Heterokedastisitas.....	85
Tabel 4.12 Uji Autokolerasi	88
Tabel 4.13 Analisis Regresi Moderasi	89
Tabel 4.14 Koefisien Determinasi Simultan	91
Tabel 4.15 Hasil Uji Parsial	92
Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Simultan	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Indeks Harga Saham Industri Manufaktur 2015-2019	2
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	42
Gambar 4.1 Rata-Rata Pengungkapan CSR Perusahaan Manufaktur 2016- 2018.....	68
Gambar 4.2 Rata-Rata Nilai Perusahaan Manufaktur Periode 2016-2018.....	73
Gambar 4.3 Rata-Rata Profitabilitas Perusahaan Manufaktur Periode 2016- 2018.....	78
Gambar 4.4 Rata-Rata Ukuran Perusahaan Manufaktur Periode 2016- 2018.....	82

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keputusan (SK) Skripsi

Lampiran 2 Data Hasil Output SPSS

Lampiran 3 Formulir Perubahan Judul

Lampiran 4 *Photocopy* Kartu Bimbingan

Lampiran 5 Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

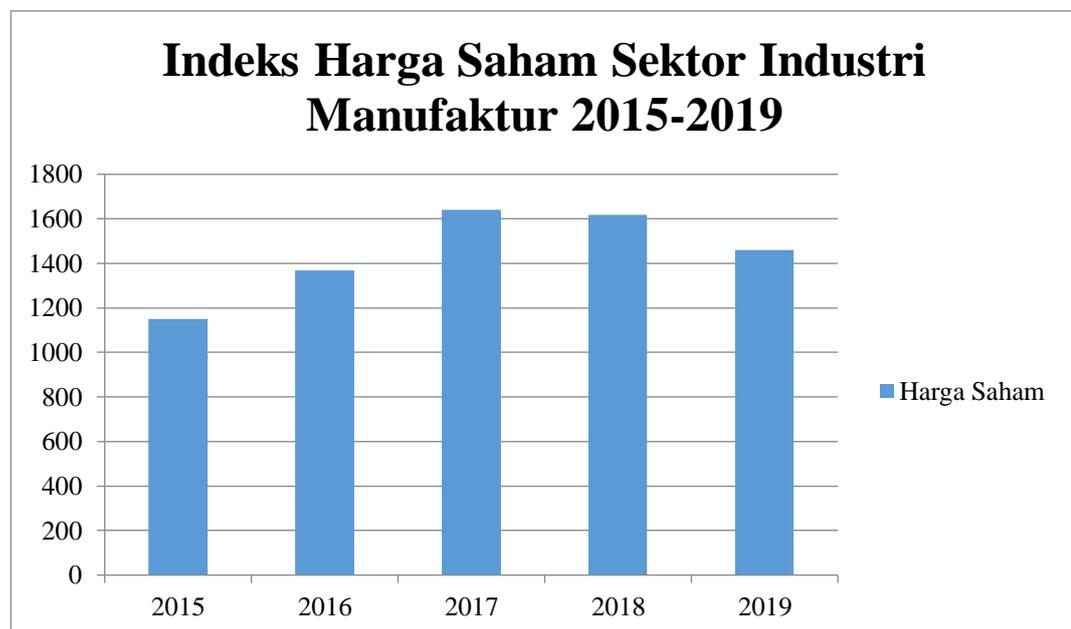
Perkembangan dunia bisnis sekarang ini sangatlah pesat. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya perusahaan pesaing yang memiliki keunggulan kompetitif yang baik. Banyaknya kompetitor-kompetitor bisnis yang muncul mengakibatkan terjadinya dinamika bisnis yang berubah-ubah, sehingga perusahaan membutuhkan dana untuk mengembangkan usahanya. Sumber pendanaan diperoleh dengan berbagai cara diantaranya adalah dengan investasi dan pembiayaan dari *owners (equity)* dan *non-owners (liabilities)* sehingga kegiatan operasional dapat berjalan dengan baik dan *go public* merupakan salah satu cara yang dirasakan lebih efisien dalam memperoleh sumber dana (Hariani, 2017).

Tujuan utama perusahaan yang telah *go public* pada umumnya adalah memaksimalkan nilai perusahaan yang dapat dilihat dari tingginya harga saham. Semakin baik nilai perusahaan, investor akan memandang perusahaan mempunyai reputasi baik karena nilai perusahaan yang tinggi menggambarkan kinerja perusahaan yang baik dan dapat menggambarkan prospek kekayaan perusahaan di masa depan (Sugiarti, 2016).

Kinerja suatu perusahaan tercermin dari laporan keuangan. Oleh sebab itu, laporan keuangan digunakan sebagai sumber informasi yang dibutuhkan oleh investor sebagai salah satu dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi di pasar modal dan dari laporan keuangan tersebut investor mengetahui

nilai dari suatu perusahaan yang tercermin dari harga saham yang diperdagangkan. Mengingat pentingnya laporan keuangan maka perusahaan *go public* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), setiap tahunnya wajib melaporkan laporan keuangan dan laporan tahunan kepada bursa efek, investor dan publik (Hariani, 2017).

Fenomena mengenai pergerakan nilai perusahaan manufaktur dicerminkan sebagai harga saham, seperti pada gambar 1.1 di bawah:



Gambar 1.1 Indeks Harga Saham Industri Manufaktur 2015-2019

Sumber: www.idx.co.id, diunduh pada 8 April 2019 (data diolah penulis)

Berdasarkan gambar 1.1 dapat diketahui bahwa nilai harga saham untuk sektor industri manufaktur mengalami fluktuasi dari tahun 2015-2019. Indeks harga saham tertinggi terjadi pada tahun 2017 sedangkan yang terendah terjadi pada tahun 2015 (www.idx.co.id, diunduh pada 8 April 2019). Indeks harga saham juga mengalami penurunan dari tahun 2018-2019 walaupun tidak

signifikan yang disebabkan oleh permintaan dari *customer* menurun (www.nasional.kontan.co.id, diunduh pada tanggal 8 April 2019).

Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti perusahaan juga berupaya untuk memaksimalkan tujuan perusahaan. Untuk mencapai tujuan suatu perusahaan diperlukan sinergi dan hubungan timbal balik antara perusahaan dengan masyarakat, investor, dan karyawan tentunya. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan interaksi antara perusahaan dan lingkungan, karena lingkungan memberikan kontribusi bagi kelangsungan perusahaan dan juga kesejahteraan sosial (Murnita dan Putra, 2018).

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan gagasan yang membuat perusahaan bertanggung jawab terhadap masalah sosial dan lingkungan sekitar perusahaan agar perusahaan dapat tumbuh secara berkelanjutan. Bertanggung jawab dalam mengelola dampak negatif suatu perusahaan atau melakukan suatu kegiatan pengolahan lingkungan akibat dari dampak negatif dari operasional perusahaan adalah bagian sistematis yang harus dilaksanakan perusahaan tanpa syarat apapun, karena tanggung jawab sosial akan dilihat sebagai suatu sikap penting dalam peningkatan laba dalam memperkuat nilai perusahaan (Putra dkk, 2017).

Apabila suatu perusahaan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial secara berkesinambungan maka pasar akan dapat memberikan apresiasi positif yang akan diperlihatkan dengan kenaikan harga saham perusahaan dan juga menyebabkan meningkatnya nilai perusahaan. Walaupun dengan melakukan tanggung jawab sosial, perusahaan akan mengeluarkan sejumlah biaya yang akan

mengurangi pendapatan perusahaan, namun apabila perusahaan melakukan tanggung jawab sosialnya secara berkesinambungan dan konsisten, maka citra perusahaan di pihak eksternal perusahaan akan semakin baik. *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak hanya menambah biaya namun dapat berguna sebagai alat marketing bagi perusahaan apabila CSR dilaksanakan berkesinambungan (Murnita dan Putra, 2018).

Kesadaran perusahaan akan pentingnya menjaga lingkungan dan bertanggung jawab terhadap pihak eksternal semakin berkembang sejak disahkannya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) yang disahkan pada tanggal 20 Juli 2007. Undang-undang tersebut mengatur tentang laporan tahunan perusahaan harus memuat laporan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan (BAB IV, Bagian Kedua Pasal 66 ayat 2c). Selain itu terdapat juga keputusan yang dibuat oleh Ketua Bapepam dan Lembaga Keuangan, yaitu keputusan nomor KEP-431/BL/2012 yang menyinggung tentang penyampaian laporan tahunan perusahaan atau perusahaan publik, dimana isi dari laporan tahunan diwajibkan memuat informasi tanggung jawab sosial perusahaan (Wibowo dan Sabillilah, 2016).

Perusahaan manufaktur juga memiliki kontribusi yang besar terhadap pencemaran lingkungan sebagai dampak dari limbah produksi, sehingga diharapkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi lebih luas (Pristianingrum, 2017). Walaupun sudah ada undang-undang yang mengatur CSR pada perusahaan, namun masih banyak perusahaan yang belum merealisasikan CSR tersebut, contohnya, dari sekitar 20 perusahaan asing maupun lokal yang berdiri di Minahasa Selatan, hanya 7 perusahaan yang menyalurkan

tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) (<http://manadopostonline.com>, diunduh pada 3 Februari 2019).

Corporate Social Responsibility (CSR) harus didukung oleh variabel moderasi untuk lebih memperkuat pengaruhnya terhadap nilai perusahaan. Variabel moderasi merupakan variabel yang memperkuat tetapi juga bisa memperlemah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Profitabilitas merupakan variabel moderasi yang memperkuat hubungan CSR dan nilai perusahaan karena profitabilitas yang tinggi membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel dalam melaksanakan dan mengungkapkan CSR. Perusahaan yang besar diharapkan bias mengungkapkan informasi CSR yang menjelaskan tentang perhatian perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan, yang bisa mempertahankan legitimasi perusahaan. Dengan kata lain semakin besar aset suatu perusahaan maka akan semakin besar tanggung jawab sosialnya, dan hal ini akan dilaporkan dalam laporan tahunan, sehingga pengungkapannya juga semakin luas (Karundeng dkk, 2017).

Hasil penelitian Murnita dan Putra (2018), Putra dkk (2017), Rahardja (2013), dan Rosiana (2013) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut hasil penelitian Karundeng dkk (2017), Pristianingrum (2017), Puspaningrum (2017), dan Putri dkk (2016) nilai perusahaan tidak dipengaruhi oleh *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Hasil penelitian Rosiana (2013), Pristianingrum (2017), Karundeng dkk (2017), Murnita dkk (2018), Kurniasari (2018), serta Bawafi dan Prasetyo (2015) menyatakan bahwa profitabilitas sebagai variabel moderating mampu memoderasi

hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan. Sedangkan hasil penelitian Putra dkk (2017) dan Puspaningrum (2017) menyatakan bahwa profitabilitas sebagai variabel moderating tidak dapat memoderasi hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan.

Hasil Penelitian Putri dkk (2016) dan Puspaningrum (2017) menunjukkan bahwa nilai perusahaan akan dipengaruhi oleh CSR dengan dimoderasi oleh ukuran perusahaan. Sedangkan hasil penelitian Pristianingrum (2017), Karundeng dkk (2017) menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan tidak dapat memoderasi CSR terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian dari inkonsistensi penelitian dan permasalahan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERATING (Studi Pada Perusahaan Manufaktur di BEI Periode 2016-2018)**".

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Sesuai dengan identifikasi masalah yang telah dikemukakan, maka Penulis merumuskan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016-2018.
2. Bagaimanakah nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016-2018.

3. Bagaimanakah profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016-2018.
4. Bagaimanakah ukuran perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016-2018.
5. Apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016-2018.
6. Apakah profitabilitas sebagai variabel pemoderasi dapat memoderasi hubungan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016-2018.
7. Apakah ukuran perusahaan sebagai variabel pemoderasi dapat memoderasi hubungan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016-2018.
8. Apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016-2018 dengan profitabilitas dan ukuran perusahaan sebagai variabel moderating secara simultan.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui kebenaran apakah ada pengaruh antara pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas dan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016-2018.
2. Mengetahui nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016-2018.
3. Mengetahui profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016-2018.
4. Mengetahui ukuran perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016-2018.
5. Mengetahui pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI 2016-2018.
6. Mengetahui pengaruh profitabilitas dalam memoderasi hubungan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI 2016-2018.
7. Mengetahui pengaruh ukuran perusahaan dalam memoderasi hubungan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI 2016-2018.
8. Mengetahui pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016-2018 dengan profitabilitas dan ukuran perusahaan sebagai variabel moderating secara simultan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik dari segi teoritis maupun praktis.

1. Kegunaan Teoritis

a. Bagi Penulis

Menambah wawasan untuk mengetahui bagaimana pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas dan ukuran perusahaan sebagai variabel moderating, juga sebagai salah satu syarat dalam menempuh ujian sidang sarjana ekonomi pada Program Studi Akuntansi STIE Ekuitas Bandung.

b. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dalam bidang keuangan dan ekonomi serta nilai perusahaan sesuai dengan teori yang diperoleh, juga dapat bermanfaat untuk akademis, khususnya lingkungan perguruan tinggi, serta dapat dijadikan sebagai bahan masukan untuk penelitian berikutnya terutama yang berkaitan dengan penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan serta masukan mengenai pentingnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada *Sustainability Reporting* dan sebagai

pertimbangan perusahaan untuk mengevaluasi, meningkatkan kinerja manajemen, serta pembuatan kebijakan perusahaan untuk lebih meningkatkan kepedulian pada lingkungan sosial dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan.

b. Bagi investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan dalam mempertimbangkan berbagai macam aspek yang perlu diperhitungkan dalam berinvestasi.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam menyusun skripsi ini penulis melakukan penelitian pada laman resmi www.idx.co.id untuk memperoleh data perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) sesuai dengan objek yang akan diteliti. Adapun waktu penelitian ini dilaksanakan sejak bulan Februari 2019 sampai dengan selesai.

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS
PENELITIAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Teori *Stakeholder*

Stakeholder merupakan semua pihak yang keberadaannya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan, seperti: karyawan, masyarakat, perusahaan pesaing dan pemerintah. Menurut teori *stakeholder*, perusahaan merupakan entitas yang beroperasi bukan hanya untuk kepentingan perusahaan itu sendiri tetapi juga harus memberikan manfaat kepada *stakeholder*-nya. Oleh sebab itu, dukungan dari *stakeholder* sangat mempengaruhi keberadaan suatu perusahaan. Jensen dan Meckling (1976) menyatakan bahwa keputusan manajemen harus memperhatikan *stakeholder*-nya untuk meningkatkan nilai perusahaan. *Stakeholder* juga mempunyai hak terhadap tindakan-tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan, seperti halnya pemegang saham (Juliarsa dkk, 2014).

Biset secara singkat mendefinisikan *stakeholder* adalah orang dengan suatu kepentingan atau perhatian pada permasalahan tertentu. Sedangkan Grimble and Wellard melihat *stakeholder* dari segi posisi penting dan pengaruh yang mereka miliki. Dari definisi tersebut, maka *stakeholder* merupakan keterikatan yang didasari oleh kepentingan tertentu. Dengan demikian, jika berbicara mengenai *stakeholder theory* berarti membahas hal-hal yang berkaitan dengan kepentingan berbagai pihak (Azheri, 2012).

Menurut Husnan (2013), *stakeholder* dapat diklasifikasikan menjadi dua kategori, yaitu:

1. *Inside stakeholder*, terdiri atas orang-orang yang memiliki kepentingan dan tuntutan terhadap sumber daya perusahaan serta berada di dalam organisasi perusahaan. Kategori *inside stakeholder* merupakan pemegang saham (*stakeholders*), para manajer (*managers*), dan karyawan (*employers*);
2. *Outside stakeholder*, terdiri atas orang-orang maupun pihak-pihak (*constituencies*) yang bukan milik perusahaan, bukan pemilik perusahaan, bukan pemimpin perusahaan, dan bukan pula karyawan perusahaan, namun memiliki kepentingan terhadap perusahaan dan dipengaruhi oleh keputusan serta tindakan yang dilakukan oleh perusahaan. Kategori *outside stakeholder* merupakan pelanggan (*customers*), pemasok (*suppliers*), pemerintah (*government*), masyarakat lokal (*local communities*) dan masyarakat secara umum (*general public*).

Premis dasar dari teori *stakeholder* adalah bahwa semakin kuat hubungan korporasi, maka akan semakin baik bisnis korporasi. Sebaliknya, semakin buruk hubungan korporasi maka akan semakin sulit. Hubungan yang kuat dengan para 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 (Mardikanto, 2014:68).

2.1.2 Teori Legitimasi

Teori legitimasi merupakan suatu gagasan tentang kontrak sosial antara perusahaan dengan masyarakat. Menurut teori ini, untuk diterima oleh masyarakat, perusahaan harus mengungkapkan aktivitas sosial perusahaan sehingga akan menjamin kelangsungan hidup perusahaan (Reverte, 2009 dalam Sari dkk, 2013). Teori legitimasi juga berpendapat bahwa perusahaan harus melaksanakan dan mengungkapkan aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) semaksimal mungkin agar aktivitas perusahaan dapat diterima oleh masyarakat. Pengungkapan ini digunakan untuk melegitimasi aktivitas perusahaan di mata masyarakat, karena pengungkapan CSR akan menunjukkan tingkat kepatuhan suatu perusahaan (Branco dan Rodrigues, 2008 dalam Sari dkk, 2013).

Legitimasi merupakan hal yang penting dalam perkembangan perusahaan kedepannya. Menurut Dowling dan Pletter, perusahaan perlu memperoleh legitimasi dari seluruh *stakeholder* dikarenakan adanya batasan-batasan yang dibuat dan ditekankan oleh norma-norma dan nilai-nilai sosial, dan reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi dengan memperlihatkan lingkungan (Adhiwardana dan Darjono, 2013).

Deegan (2002) menyatakan bahwa teori legitimasi memfokuskan pada kewajiban perusahaan untuk memastikan bahwa mereka beroperasi dalam bingkai dan norma yang sesuai dalam lingkungan masyarakat dimana perusahaan itu berdiri, dimana perusahaan memastikan aktifitas yang dilakukan diterima sebagai sesuatu yang sah (Kurniasih dkk, 2014). Menurut Dowling (1975) dalam Putri dkk (2015), terdapat 2 dimensi agar perusahaan memperoleh dukungan legitimasi, yaitu:

1. Aktivitas organisasi perusahaan harus sesuai dengan sistem nilai di masyarakat.
2. Pelaporan aktivitas perusahaan juga hendaknya mencerminkan nilai sosial.

Proses untuk mendapatkan legitimasi berkaitan dengan kontrak sosial antara yang dibuat oleh perusahaan dengan berbagai pihak dalam masyarakat. *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat meningkatkan legitimasi perusahaan karena perusahaan dapat memberikan kontribusi positif kepada masyarakat sekitar, karena dengan diterimanya perusahaan oleh masyarakat merupakan suatu bentuk legalitas bagi perusahaan (Janra, 2015).

2.1.3 *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Roberts (1992) mengatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) ialah suatu kebijakan atau tindakan yang dapat mengidentifikasi perusahaan sebagai entitas yang peduli terhadap masalah sosial. Selanjutnya, Baron (2001) dan Davis *et al.* (2005) menyatakan bahwa terkadang CSR didefinisikan sebagai suatu “kontrak sosial” antara bisnis dan masyarakat yang bertujuan untuk memberikan keuntungan bagi keduanya. Berdasarkan beberapa definisi tersebut, dapat dikatakan bahwa tanggung jawab sosial ialah suatu perangkat kebijakan, program, dan inisiatif lainnya yang bertujuan untuk memberikan kesejahteraan bagi sosial dan lingkungan namun tidak mengabaikan tujuan utama entitas itu sendiri (Anggraeni dan Djakman, 2018).

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), tanggung jawab sosial adalah tanggung jawab perusahaan atas dampak dari berbagai keputusan dan aktivitas mereka terhadap masyarakat dan lingkungan

melalui suatu perilaku yang terbuka dan etis, yang konsisten dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, memerhatikan ekspektasi para pemangku kepentingan, tunduk kepada hukum yang berlaku dan berkomitmen dengan norma perilaku internasional dan diintegrasikan ke dalam seluruh bagian organisasi (Purpaningrum, 2017).

ISO 26000 mendefinisikan CSR sebagai tanggung jawab suatu organisasi atas dampak dari keputusan dan aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan, melalui perilaku yang transparan dan etis, yang konsisten dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, memperhatikan kepentingan dari para *stakeholder*, sesuai hukum yang berlaku dan konsisten dengan norma-norma internasional, terintegrasi diseluruh aktivitas organisasi, dalam pengertian ini meliputi baik kegiatan, produk maupun jasa (Draft ISO 26000, *Guidance Standard on social responsibility* 2009). Menurut lingkaran studi CSR Indonesia, CSR adalah upaya sungguh-sungguh dari entitas bisnis untuk meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif operasinya terhadap seluruh pemangku kepentingan dalam ranah ekonomi, sosial, dan lingkungan agar mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan (Nurdizal, 2011).

CSR sudah diatur secara tegas di Indonesia, yaitu dalam Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Undang-Undang Nomor 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal, dan Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor Per-5/MBU/2007 tentang Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan, khusus untuk perusahaan-perusahaan BUMN. Dalam pasal 15 huruf b Undang-Undang No 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal disebutkan bahwa: “Setiap penanam modal

berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan”, dalam penjelasan pasal tersebut disebutkan yang dimaksud dengan “tanggung jawab sosial perusahaan” adalah tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanaman modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat. Konsep CSR yang diakomodasi dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas (UU PT) pasal 74 nomor 40 tahun 2007 berbunyi sebagai berikut:

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.
2. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
4. Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah.

Para pelaku usaha melaksanakan CSR sesuai dengan pemahaman dan kebutuhan mereka. Dibutuhkan prinsip-prinsip dasar sebagai acuan dalam penerapan CSR. ISO 26000 dalam Nurdizal (2011) menyatakan tentang petunjuk pelaksanaan CSR menetapkan 7 (tujuh) prinsip CSR sebagai perilaku perusahaan

yang didasarkan atas standar dan panduan berperilaku dalam konteks situasi tertentu. Ketujuh prinsip tersebut adalah:

1. Akuntabilitas, hal ini terlihat dari perilaku organisasi yang berkaitan dengan masyarakat dan lingkungan.
2. Transparansi, hal ini terlihat dari pengambilan keputusan dan aktivitas yang berdampak terhadap pihak lain (*stakeholders*).
3. Perilaku etis, hal ini berkaitan dengan perilaku etis perusahaan sepanjang waktu.
4. *Stakeholders*, hal ini berkaitan dengan penghargaan dan mempertimbangkan kepentingan *stakeholders*-nya.
5. Aturan hukum, berkaitan dengan penghormatan dan kepatuhan terhadap ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
6. Norma internasional, terutama berkaitan dengan penghormatan dan penghargaan terhadap norma internasional terutama berkaitan dengan norma yang lebih mendukung pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat.
7. Hak asasi manusia, berkaitan dengan pemahaman mengenai arti penting HAM sebagai konsep universal.

Hal yang diharapkan dari pelaksanaan CSR selain memberdayakan masyarakat dari sisi perusahaan, juga untuk operasional yang lancar tanpa gangguan. Jika hubungan antara perusahaan dan masyarakat tidak mesra, bias dipastikan ada masalah. Pelaksanaan program CSR belum sepenuhnya diterima oleh masyarakat, itu disebabkan oleh minimnya perhatian perusahaan terhadap pelaksanaan CSR (Puspaningrum, 2017).

Corporate Social Responsibility (CSR) dapat dibedakan menjadi 3 jenis (Lantos, 2001 dalam Leki dan Christiawan, 2013), yaitu:

1. *Ethical Corporate Social Responsibility* adalah perusahaan memiliki tanggung jawab untuk menghindari terjadinya kerusakan lingkungan atau sosial kemasyarakatan akibat kegiatan bisnis perusahaan.
2. *Altruistic Corporate Social Responsibility* adalah aktivitas sosial perusahaan yang ditujukan untuk meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan masyarakat tanpa terkait langsung dengan keputusan perusahaan.
3. *Strategic Corporate Social Responsibility* adalah aktivitas perusahaan ditujukan untuk meningkatkan citra perusahaan pada target pasarnya guna meningkatkan pendapatan perusahaan.

Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR) menurut Indrawan (2011), dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya, perusahaan memfokuskan perhatiannya kepada tiga hal, yaitu:

1. Profit

Dengan diperolehnya laba, perusahaan dapat memberikan dividen bagi pemegang saham, mengalokasikan sebagian laba yang diperoleh guna membiayai pertumbuhan dan mengembangkan usaha di masa depan, serta membayar pajak kepada pemerintah.

2. Lingkungan

Dengan memberikan perhatian kepada lingkungan sekitar, perusahaan dapat ikut berpartisipasi dalam usaha-usaha pelestarian lingkungan demi terpeliharanya kualitas kehidupan umat manusia dalam jangka panjang.

Perusahaan juga ikut mengambil bagian dalam aktivitas manajemen bencana. Manajemen bencana disini bukan hanya sekedar memberikan bantuan kepada korban bencana, namun juga berpartisipasi dalam usaha-usaha mencegah terjadinya bencana serta meminimalkan dampak bencana melalui usaha-usaha pelestarian lingkungan sebagai tindakan preventif untuk meminimalisir bencana.

3. Sosial atau masyarakat

Perhatian terhadap masyarakat, dapat dilakukan dengan cara melakukan aktivitas-aktivitas serta pembuatan-pembuatan kebijakan yang dapat meningkatkan kompetensi yang dimiliki diberbagai bidang, seperti pemberian beasiswa bagi pelajar disekitar perusahaan, pendirian sarana pendidikan dan kesehatan, serta penguatan ekonomi lokal. Dengan menjalankan tanggung jawab sosial, perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar keuntungan jangka pendek, namun juga turut memberikan kontribusi bagi peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat serta lingkungan sekitar dalam jangka panjang.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang sering juga disebut sebagai *corporate social responsibility disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting*, merupakan cara mengkomunikasikan informasi sosial kepada *stakeholder*. Standar pengungkapan CSR yang berkembang di Indonesia adalah merujuk standar yang dikembangkan oleh *Global Reporting Initiatives* (GRI) yang sudah memasuki generasi keempat (G4). *Global Reporting Initiatives* (GRI) adalah sebuah jaringan berbasis organisasi yang telah memelopori perkembangan dunia, paling banyak menggunakan kerangka

laporan keberlanjutan dan berkomitmen untuk terus-menerus melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia. Standar GRI dipilih karena lebih memfokuskan pada standar pengungkapan berbagai kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas, dan pemanfaatan *sustainability reporting* (Hadianto, 2013).

Kategori pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menurut *Global Reporting Initiatives* (GRI) G4 meliputi:

1. Indikator Kinerja Ekonomi (*Economic Performance Indicator*)
2. Indikator Kinerja Lingkungan (*Environment Performance Indicator*)
3. Indikator Kinerja Tenaga Kerja (*Labor Practices and Decent Work Indicator*)
4. Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia (*Human Rights Performance Indicator*)
5. Indikator Kinerja Sosial (*Society Indicator*)
6. Indikator Kinerja Produk (*Product Responsibility Performance Indicator*)

Dalam indikator tersebut terdapat kategori-kategori yang berjumlah 84 (ekonomi 9 kategori, lingkungan 30 kategori, tenaga kerja 15 kategori, hak asasi manusia 11 kategori, sosial 10 kategori, dan produk 9 kategori). Jenis kategori dan tiap kategori berisi tentang detail yang lebih baik tentang area pengungkapan yang spesifik dan ditandai dengan menggunakan kode 0 atau 1. Nilai 0 diberikan jika tidak ada informasi yang diungkapkan, sedangkan nilai 1 diberikan jika perusahaan telah melakukan beberapa kegiatan yang sesuai dengan kategori yang dikodekan (Leki dan Christiawan, 2013). Penghitungan indeks *checklist* pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah sebagai berikut:

$$CSRI = \frac{\sum Xi}{Ni}$$

Keterangan:

$\sum Xi$ = jumlah pengungkapan CSR oleh perusahaan

Ni = total pengungkapan item CSR menurut GRI *guidelines* (84 item).

Tabel 2.1 Indikator CSR Berdasarkan GRI G4

Indikator Kinerja Ekonomi	
EC1:	Perolehan dan distribusi nilai ekonomi langsung, meliputi pendapatan, biaya operasi, imbal jasa karyawan, donasi, dan investasi komunitas lainnya, laba ditahan, dan pembayaran kepada penyandang dana serta pemerintah.
EC2:	Implikasi finansial dan risiko lainnya akibat perubahan iklim serta peluangnya bagi aktivitas organisasi.
EC3:	Jaminan kewajiban organisasi terhadap program imbalan pasti.
EC4:	Bantuan finansial yang signifikan dari pemerintah.
Aspek Kehadiran Pasar	
EC5:	Rentang rasio standar upah terendah dibandingkan dengan upah minimum setempat pada lokasi operasi yang signifikan.
EC6:	Kebijakan, praktek, dan proporsi pengeluaran untuk pemasok lokal pada lokasi operasi yang signifikan.
EC7:	Prosedur penerimaan pegawai lokal dan proporsi manajemen senior lokal yang dipekerjakan pada lokasi operasi yang signifikan.
Aspek Dampak Ekonomi Tidak Langsung	
EC8:	Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur serta jasa yang diberikan untuk kepentingan publik secara komersial, natura.
EC9:	Pemahaman dan penjelasan dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk seberapa luas dampaknya.
Indikator Kinerja Lingkungan	
Aspek Material	
EN1:	Penggunaan bahan, diperinci berdasarkan berat atau volume.
EN2:	Persentase penggunaan bahan daur ulang.

Aspek Energi	
EN3:	Penggunaan energi langsung dari sumber daya energi primer.
EN4:	Pemakaian energi tidak langsung berdasarkan sumber primer.
EN5:	Penghematan energi melalui konservasi dan peningkatan efisiensi.
EN6:	Inisiatif untuk mendapatkan produk dan jasa berbasis energi efisiensi atau energi yang dapat diperbarui, serta pengurangan persyaratan kebutuhan energi sebagai akibat dari inisiatif tersebut.
EN7:	Inisiatif untuk mengurangi konsumsi energi tidak langsung dan pengurangan yang dicapai.
Aspek Air	
EN8:	Total pengambilan air per sumber.
EN9:	Sumber air yang terpengaruh secara signifikan akibat pengambilan air.
EN10:	Persentase dan total volume air yang digunakan kembali dan didaur ulang.
Aspek Biodiversitas (Keanekaragaman Hayati)	
EN11:	Lokasi dan Ukuran Tanah yang dimiliki, disewa, dikelola oleh organisasi pelapor yang berlokasi di dalam, atau yang berdekatan dengan daerah yang diproteksi (dilindungi) atau daerah-daerah yang memiliki nilai keanekaragaman hayati yang tinggi di luar daerah yang diproteksi.
EN12:	Uraian atas berbagai dampak signifikan yang diakibatkan oleh aktivitas, produk, dan jasa organisasi pelapor terhadap keanekaragaman hayati di daerah yang diproteksi (dilindungi) dan di daerah yang memiliki keanekaragaman hayati bernilai tinggi di luar daerah yang dilindungi.
EN13:	Perlindungan dan pemulihan habitat.
EN14:	Strategi, tindakan, dan rencana mendatang untuk mengelola dampak terhadap keanekaragaman hayati.
EN15:	Jumlah spesies berdasarkan tingkat risiko kepunahan yang masuk dalam daftar merah IUCN dan yang masuk dalam daftar konservasi nasional dengan habitat di daerah-daerah yang terkena dampak operasi.
Aspek Emisi, Efluen dan Limbah	
EN16:	Jumlah emisi gas rumah kaca yang sifatnya langsung maupun tidak langsung dirinci berdasarkan berat.

EN17:	Emisi gas rumah kaca tidak langsung lainnya diperinci berdasarkan berat.
EN18:	Inisiatif untuk mengurangi emisi gas rumah kaca dan pencapaiannya.
EN19:	Emisi bahan kimia yang merusak lapisan ozon (<i>ozone depleting substances/ODS</i>) diperinci berdasarkan berat.
EN20:	NOx SOx dan emisi udara signifikan lainnya yang diperinci berdasarkan jenis dan berat.
EN21:	Jumlah buangan air menurut kualitas dan tujuan.
EN22:	Jumlah berat limbah menurut jenis dan metode Pembuangan.
EN23:	Jumlah dan volume tumpahan yang signifikan.
EN24:	Berat limbah yang diangkut diimpor diekspor atau diolah yang dianggap berbahaya menurut Lampiran Konvensi Basel I II III dan VIII dan persentase limbah yang diangkut secara internasional.
EN25:	Identitas ukuran status proteksi dan nilai keanekaragaman hayati badan air serta habitat terkait yang secara signifikan dipengaruhi oleh pembuangan dan limpasan air organisasi pelapor.
Aspek Produk dan Jasa	
EN26:	Inisiatif untuk mengurangi dampak lingkungan produk dan jasa dan sejauh mana dampak pengurangan tersebut.
EN27:	Persentase produk terjual dan bahan kemasannya yang ditarik menurut kategori.
Aspek Kepatuhan	
EN28:	Nilai Moneter denda yang signifikan dan jumlah sanksi nonmoneter atas pelanggaran terhadap hukum dan regulasi lingkungan.
Aspek Pengangkutan/Transportasi	
EN29:	Dampak lingkungan yang signifikan akibat pemindahan produk dan barang-barang lain serta material yang digunakan untuk operasi perusahaan dan tenaga kerja yang memindahkan.
Aspek Menyeluruh	
EN30:	Jumlah pengeluaran untuk proteksi dan investasi lingkungan menurut jenis.

Indikator Kinerja Tenaga Kerja	
Aspek Pekerjaan	
LA1:	Jumlah angkatan kerja menurut jenis pekerjaan, kontrak pekerjaan dan wilayah.
LA2:	Jumlah dan tingkat perputaran karyawan menurut kelompok usia, jenis kelamin, dan wilayah.
LA3:	Manfaat yang disediakan bagi karyawan tetap (purna waktu) yang tidak disediakan bagi karyawan tidak tetap (paruh waktu) menurut kegiatan pokoknya.
Aspek Tenaga Kerja/Hubungan Manajemen	
LA4:	Persentase karyawan yang dilindungi perjanjian tawar-menawar kolektif tersebut.
LA5:	Masa pemberitahuan minimal tentang perubahan kegiatan penting, termasuk apakah hal itu dijelaskan dalam perjanjian kolektif tersebut.
Aspek Kesehatan dan Keselamatan Kerja	
LA6:	Persentase jumlah angkatan kerja yang resmi diwakili dalam panitia Kesehatan dan Keselamatan antara manajemen dan pekerja yang membantu memantau dan memberi nasihat untuk program keselamatan dan kesehatan jabatan.
LA7:	Pekerjaan dengan risiko yang keselamatan yang tinggi.
LA8:	Program pendidikan, pelatihan, penyuluhan/bimbingan, pencegahan, pengendalian risiko setempat untuk membantu para karyawan, anggota keluarga dan anggota masyarakat, mengenai penyakit berat/berbahaya.
LA9:	Masalah kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian resmidengan serikat karyawan.
Aspek Pelatihan dan Pendidikan	
LA10:	Rata-rata jam pelatihan tiap tahun tiap karyawan menurut kategori/kelompok karyawan.

LA11:	Program untuk pengaturan keterampilan dan pembelajaran sepanjang hayat yang menjangkau kelangsungan pekerjaan karyawan dan membantu mereka dalam mengatur karier.
LA12:	Persentase karyawan yang menerima peninjauan kinerja dan pengembangan karier secara teratur.
Aspek Keberagaman dan Kesempatan Setara	
LA13:	Komposisi badan pengelola penguasa dan perincian karyawan tiap kategori/kelompok menurut jenis kelamin, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan keanekaragaman indikator lain.
Aspek Kesetaraan Remunerasi untuk Perempuan dan Laki-laki	
LA14:	Perbandingan/rasio gaji dasar pria terhadap wanita menurut kelompok/kategori karyawan.
LA15:	Rasio karyawan yang kembali dikerjakan setelah keluar dari perusahaan menurut jenis kelamin.
Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia	
Aspek Praktek Investasi dan Pengadaan Perjanjian Hak Asasi Manusia	
HR1:	Persentase dan jumlah perjanjian investasi signifikan yang memuat klausul HAM atau telah menjalani proses skrining/filtrasi terkait dengan aspek hak asasi manusia.
HR2:	Persentase pemasok dan kontraktor signifikan yang telah menjalani proses skrining atau filtrasi atas aspek HAM.
HR3:	Jumlah waktu pelatihan bagi karyawan dalam hal mengenai kebijakan dan serta prosedur terkait dengan aspek HAM yang relevan dengan kegiatan organisasi, termasuk persentase karyawan yang telah menjalani pelatihan.
Aspek Nondiskriminasi	
HR4:	Jumlah kasus diskriminasi yang terjadi dan tindakan yang diambil atau dilakukan.
Aspek Kebebasan Berserikat dan Berunding Bersama Berkumpul	
HR5:	Segala kegiatan berserikat dan berkumpul yang diteridentifikasi dapat menimbulkan risiko yang signifikan serta tindakan yang diambil untuk

	mendukung hak-hak tersebut.
Aspek Pekerja Anak	
HR6:	Kegiatan yang identifikasi mengandung risiko yang signifikan dapat menimbulkan terjadinya kasus pekerja anak, dan langkah-langkah yang diambil untuk mendukung upaya penghapusan pekerja anak.
Aspek Kerja Paksa dan Kerja Wajib	
HR7:	Kegiatan yang teridentifikasi mengandung risiko yang signifikan dapat menimbulkan kasus kerja paksa atau kerja wajib, dan langkah-langkah yang telah diambil untuk mendukung upaya penghapusan kerja paksa atau kerja wajib.
Aspek Praktek/ Tindakan Pengamanan	
HR8:	Persentase personel penjaga keamanan yang terlatih dalam hal kebijakan dan prosedur organisasi terkait dengan aspek HAM yang relevan dengan kegiatan organisasi.
Aspek HAM Penduduk Asli	
HR9:	Jumlah kasus pelanggaran yang terkait dengan hak penduduk asli dan langkah-langkah yang diambil.
Aspek Penilaian	
HR10:	Persentase dan jumlah total pelaksanaan penilaian atau peninjauan yang berhubungan dengan hak asasi manusia.
Aspek Remediasi	
HR11:	Jumlah keluhan mengenai hak asasi manusia yang telah diselesaikan oleh mekanisme keluhan.
Indikator Kinerja Sosial	
Aspek Komunitas	
S01:	Sifat dasar ruang lingkup, dan keefektifan setiap program dan praktek yang dilakukan untuk menilai dan mengelola dampak operasi terhadap masyarakat, baik pada saat memulai, pada saat beroperasi, dan pada saat mengakhiri.
S02:	Operasi yang berpotensi atau memberikan dampak negatif kepada komunitas lokal.
S03:	Upaya pencegahan dan peringatan terhadap penerapan potensi operasi yang

	berpotensi atau memberikan dampak negatif kepada komunitas lokal.
Aspek Korupsi	
S04:	Persentase dan jumlah unit usaha yang memiliki risiko terhadap korupsi.
S05:	Persentase pegawai yang dilatih dalam kebijakan dan prosedur antikorupsi.
S06:	Tindakan yang diambil dalam menanggapi kejadian korupsi.
Aspek Kebijakan Publik	
S07:	Kedudukan kebijakan publik dan partisipasi dalam proses melobi dan pembuatan kebijakan publik.
S08:	Nilai kontribusi finansial dan natura kepada partai politik, politisi, dan institusi terkait berdasarkan negara di mana perusahaan beroperasi.
Aspek Kelakuan Tidak Bersaing	
S09:	Jumlah tindakan hukum terhadap pelanggaran ketentuan antipersaingan, <i>anti-trust</i> dan praktek monopoli serta sanksinya.
Aspek Kepatuhan	
S010:	Nilai uang dari denda signifikan dan jumlah sanksi nonmoneter untuk pelanggaran hukum dan peraturan yang dilakukan.
Indikator Kinerja Produk	
Aspek Kesehatan dan Keamanan Pelanggan	
PR1:	Tahapan daur hidup di mana dampak produk dan jasa yang menyangkut kesehatan dan keamanan dinilai untuk penyempurnaan, dan persentase dari kategori produk dan jasa yang penting yang harus mengikuti prosedur.
PR2:	Jumlah pelanggaran terhadap peraturan dan etika mengenai dampak kesehatan dan keselamatan suatu produk dan jasa selama daur hidup, per produk.
Aspek Pemasangan Label bagi Produk dan Jasa	
PR3:	Jenis informasi produk dan jasa yang dipersyaratkan oleh prosedur dan persentase produk dan jasa yang signifikan yang terkait dengan informasi yang dipersyaratkan tersebut.
PR4:	Jumlah pelanggaran peraturan dan <i>voluntary codes</i> mengenai penyediaan informasi produk dan jasa serta pemberian label, per produk.

PR5:	Praktek yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan termasuk hasil survei yang mengukur kepuasan pelanggan.
Aspek Komunikasi Pemasaran	
PR6:	Program-program untuk ketaatan pada hukum, standar dan <i>voluntary codes</i> yang terkait dengan komunikasi pemasaran, termasuk periklanan, promosi, dan <i>sponsorship</i> .
PR7:	Jumlah pelanggaran peraturan dan <i>voluntary codes</i> sukarela mengenai komunikasi pemasaran termasuk periklanan promosi, dan <i>sponsorship</i> , menurut produknya.
Aspek Keleluasaan Pribadi (<i>Privacy</i>) Pelanggan	
PR8:	Jumlah keseluruhan dari pengaduan yang berdasar mengenai pelanggaran keleluasaan pribadi (<i>privacy</i>) pelanggan dan hilangnya data pelanggan.
Aspek Kepatuhan	
PR9:	Nilai moneter dari denda pelanggaran hukum dan peraturan mengenai pengadaan dan penggunaan produk dan jasa.

Sumber: www.globalreposting.org diunduh pada 13 Mei 2019

Menurut Taridi (2009) dalam Waryanto (2010), ada beberapa manfaat dari praktik dan pengungkapan CSR bagi perusahaan, antarlain:

1. Pengelolaan sumber daya korporasi secara amanah dan bertanggung jawab, yang akan meningkatkan kinerja korporasi secara *sustainable*.
2. Perbaikan citra korporasi sebagai agen ekonomi yang bertanggung jawab (*good corporate citizen*) sehingga meningkatkan nilai perusahaan.
3. Peningkatan keyakinan investor terhadap korporasi sehingga menjadi lebih atraktif sebagai target investasi.
4. Memudahkan akses terhadap investasi domestik dan asing.
5. Melindungi direksi dan dewan komisaris dari tuntutan hukum.

2.1.4 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan suatu persepsi investor terhadap keberhasilan suatu perusahaan atau nilai pasar, karena apabila harga saham perusahaan naik, maka perusahaan dianggap berhasil menjalankan usahanya dan mampu memberikan kepuasan dan keuntungan kepada para *shareholder*. Salah satu indikator yang dapat dipertimbangkan oleh investor didalam menilai keberhasilan ataupun perusahaan secara keseluruhan adalah dengan memperhatikan nilai perusahaan (Murnita dan Putra, 2018). Menurut Wardhani (2013) nilai perusahaan adalah harga yang bersedia dibayar oleh calon investor seandainya suatu perusahaan akan dijual. Indikator dari nilai perusahaan adalah harga saham, dan jika harga saham meningkat maka dapat dikatakan bahwa keputusan-keputusan manajemen perusahaan itu benar, karena rahasia manajemen keuangan adalah meningkatkan nilai perusahaan (Pristianingrum, 2017).

Menurut Salvatore (2005) berdasarkan *theory of the firm* tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan kekayaan atau nilai perusahaan (*value of the firm*). Nilai perusahaan yang maksimal sangat berarti bagi perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti dapat meningkatkan kesejahteraan pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan (Hariani, 2012).

Menurut Made (2015:9) memaksimalkan nilai perusahaan dinilai lebih tepat sebagai tujuan perusahaan, karena:

1. Memaksimalkan nilai perusahaan berarti memaksimalkan nilai sekarang dari semua keuntungan yang akan diterima oleh pemegang saham dimasa yang akan datang atau berorientasi jangka panjang.

2. Mempertimbangkan faktor risiko.
3. Memaksimalkan nilai perusahaan lebih menekankan pada arus kas dari pada sekedar laba menurut pengertian akuntansi.
4. Memaksimalkan nilai perusahaan tidak mengabaikan tanggung jawab sosial.

Nilai perusahaan akan dapat menjamin pertumbuhan dan keberlangsungan hidup perusahaan secara berkesinambungan (*going concern*) apabila perusahaan mampu memperhatikan aspek-aspek yang berpengaruh terhadap sosial ekonomi, dan lingkungan hidup secara seimbang, sehingga menciptakan hubungan antara kepentingan masyarakat, ekonomi, dan lingkungan yang baik dan saling memberikan timbal balik yang menguntungkan (Murnita dan Putra, 2018).

Menurut Sukamulja (2004) dalam Hadiano (2013), ada beberapa rasio untuk mengukur nilai perusahaan, yang terdiri dari:

1. *Price Earning Ratio* (PER)

Price Earning Ratio (PER) adalah perbandingan 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.

$$\text{Price Earning Ratio (PER)} = \frac{\text{Harga pasar perlembar}}{\text{Laba perlembar saham}}$$

2. *Price Book Value* (PBV)

Price Book Value (PBV) menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Makin tinggi rasio ini, berarti pasar percaya akan prospek perusahaan tersebut. PBV juga

menunjukkan seberapa jauh perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan yang relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan.

$$Price\ Book\ Value\ (PBV) = \frac{\text{Harga pasar perlembar saham}}{\text{Nilai buku perlembar saham}}$$

3. Tobin's Q

Tobin's Q dikembangkan oleh professor James Tobin pada tahun 1967. Rasio ini merupakan konsep yang sangat berharga karena menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari setiap dolar investasi *incremental*. Tobin's Q dihitung dengan membandingkan rasio nilai pasar saham perusahaan dengan nilai buku ekuitas perusahaan.

$$q = \frac{(EMV + D)}{(EBV + D)}$$

Keterangan:

q = Nilai perusahaan

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

EBV = nilai buku dari total asset

D = nilai buku dari total hutang

Perusahaan yang memiliki Tobin's Q dengan nilai yang semakin tinggi menunjukkan bahwa prospek pertumbuhan perusahaan semakin baik, karena investor akan mengeluarkan pengorbanan yang lebih untuk perusahaan yang memiliki nilai pasar asset yang lebih besar daripada nilai bukunya. Apabila nilai Q lebih kecil dari 1, berarti investasi dalam aktiva tidak menarik (Herawaty, 2008 dalam Sari dkk, 2013).

2.1.5 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan rasio yang menunjukkan keberhasilan perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan. Rasio ini dimaksudkan untuk mengukur efisiensi penggunaan aktiva perusahaan. Selain itu, rasio profitabilitas juga dapat dinyatakan sebagai rasio yang digunakan untuk mengukur efektivitas manajemen dilihat dari laba yang dihasilkan terhadap penjualan dan investasi. Semakin baik rasio profitabilitas maka semakin baik menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan (Fahmi, 2015:116-117).

Menurut Fahmi (2015:135-137), rasio yang terdapat dalam rasio profitabilitas ada 4, yaitu sebagai berikut:

1. *Gross Profit Margin*

Rasio *gross profit margin* atau rasio margin laba kotor adalah rasio yang menunjukkan hubungan antara penjualan dan beban pokok penjualan, merupakan rasio profitabilitas yang menghitung sejauh mana kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba.

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Sales} - \text{Cost of Goods Sold}}{\text{Sales}}$$

2. *Net Profit Margin*

Rasio *net profit margin* disebut juga dengan rasio pendapatan terhadap penjualan yang menghitung sejauh mana perusahaan dalam menghasilkan laba setelah dipotong pajak dan bunga dari penjualan yang dilakukan. Semakin tinggi net profit margin, maka makin baik profitabilitas suatu perusahaan.

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Earning After Tax (EAT)}}{\text{Sales}}$$

3. *Return on Assets (ROA)*

Rasio *return on asset* (ROA) menunjukkan kemampuan manajemen perusahaan dalam menghasilkan pendapatan dari pengelolaan asset yang dimiliki untuk menghasilkan laba. Rasio ini menunjukkan seberapa besar efektivitas perusahaan dalam menggunakan assetnya. Semakin tinggi rasio ini, maka semakin efektif penggunaan aktiva tersebut.

$$\text{Return on Assets (ROA)} = \frac{\text{Earning After Tax (EAT)}}{\text{Total Assets}}$$

4. *Return on Equity (ROE)*

Rasio *return on equity* (ROE) disebut juga dengan laba atas modal sendiri, rasio ini menunjukkan kemampuan manajemen perusahaan dalam mengelola modal yang tersedia untuk mendapatkan pendapatan bersih yang tersedia bagi pemegang saham.

$$\text{Return on Equity (ROE)} = \frac{\text{Earning After Tax (EAT)}}{\text{Shareholders Equity}}$$

2.1.6 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan skala yang digunakan dalam menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Semakin besar aktiva maka semakin banyak modal yang ditanam, semakin banyak penjualan maka semakin banyak perputaran uang dan semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin besar pula perusahaan itu dikenal dalam masyarakat (Kinasih dkk, 2012). Ukuran perusahaan merupakan variabel yang banyak digunakan untuk menjelaskan variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Ukuran perusahaan menggambarkan besar atau kecilnya suatu perusahaan yang diukur dengan mengetahui total aktiva atau total asset yang dimiliki perusahaan tersebut (Putri, 2016).

Ukuran perusahaan menurut Suwito dan Herawaty (2005) terbagi dalam 3 kategori yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium size*) dan perusahaan kecil (*small firm*). Ukuran perusahaan yang besar akan lebih mendapat banyak sorotan karena akan menjadi subjek pemeriksaan yakni pengawasan yang lebih ketat dari pemerintah dan masyarakat. Semakin besar ukuran perusahaan maka sumber informasi perusahaan tersedia semakin luas dan mudah diakses oleh publik. Perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil, karena perusahaan besar akan menghadapi risiko politis yang lebih besar dibandingkan perusahaan kecil (Putri dkk, 2016).

Sedangkan menurut UU No. 20 Tahun 2008, perusahaan dapat digolongkan menjadi 4 kelompok berdasarkan ukurannya, yaitu:

1. Perusahaan Mikro

Perusahaan mikro merupakan badan hukum yang didirikan di Indonesia yang memiliki total asset tidak lebih dari Rp. 50.000.000,-.

2. Perusahaan Kecil

Perusahaan kecil merupakan perusahaan yang memiliki total aset berkisar Rp. 50.000.000,- sampai dengan Rp. 500.000.000,-.

3. Perusahaan Menengah

Perusahaan menengah merupakan perusahaan yang memiliki total aset lebih dari Rp. 500.000.000,- sampai dengan Rp. 10.000.000.000,-.

4. Perusahaan Besar

Perusahaan besar merupakan kegiatan ekonomi yang mempunyai kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan usaha yang memiliki sejumlah kekayaan (total asset) lebih dari Rp. 10.000.000.000,-

Ukuran perusahaan merupakan proksi volatilitas operasional dan *inventory cotrolability* yang seharusnya dalam skala ekonomis besarnya perusahaan menunjukkan pencapaian operasi lancar dan pengendalian persediaan. Menurut Buzby adadugaan bahwa perusahaan yang kecil akan mengungkapkan lebih rendah kualitasnya dibanding perusahaan besar. Hal ini karena ketiadaan sumber daya dan dana yang cukup besar dalam Laporan Tahunan. Manajemen khawatir dengan mengungkapkan lebih banyak akan membahayakan posisi perusahaan terhadap kompetitor lain. Di samping itu, perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki *public demand* akan informasi yang lebih tinggi dibanding perusahaan yang berukuran lebih kecil (Putri dkk, 2016).

Berbagai cara dapat dilakukan untuk mengklasifikasikan ukuran perusahaan yaitu berdasarkan jumlah karyawan, kapitalisasi pasar dan log total asset. Pada penelitian ini penulis menggunakan log total asset yang dimiliki perusahaan sebagai dasar acuan ukuran perusahaan (Janra, 2015).

2.2 Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian-penelitian terdahulu yang telah dilakukan digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi dalam penelitian ini, antara lain sebagai berikut:

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1	Frandy Karundeng, Grace B. Nangoi, Herman Karamoy	Analisis Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas, Kepemilikan Manajemen, dan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016) 2017	Independen: CSR Dependen: Nilai Perusahaan Moderating: Profitabilitas, Kepemilikan Manajemen, Ukuran Perusahaan	CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas sebagai variabel moderasi mampu memperkuat hubungan antara CSR dan nilai perusahaan. Akan tetapi, kepemilikan manajemen dan ukuran perusahaan tidak memperkuat hubungan antara CSR dan nilai perusahaan.
2	Putu Elia Meilinda Murnita, I Made Pande Dwiana Putra	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan <i>Leverage</i> sebagai Variabel Pemoderasi 2018	Independen: CSR Dependen: Nilai Perusahaan Moderating: Profitabilitas, Leverage	CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas memperkuat pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. <i>Leverage</i> memperlemah pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan.
3	Angga Alif Putra, Farida Titik Kristanti, Siska P. Yudowati	Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek	Independen: CSR Dependen: Nilai Perusahaan Moderating: Profitabilitas	Pengungkapan CSR akan berpengaruh positif pada nilai perusahaan. Profitabilitas tidak dapat memoderasi hubungan antara pengungkapan CSR dengan nilai perusahaan.

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
		Indonesia Periode 2012-2015) 2017		
4	Nurfina Pristianingrum	Pengaruh Ukuran, Profitabilitas, Dan Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 2017	Independen: CSR, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dependen: Nilai Perusahaan	Ukuran perusahaan, profitabilitas dan pengungkapan CSR berpengaruh secara bersama sama terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
5	Yustisia Puspaningrum	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel <i>Moderating</i> (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Di Bursa Efek Indonesia) 2017	Independen: CSR, Kepemilikan Manajerial Dependen: Nilai Perusahaan Moderating: Profitabilitas, Ukuran Perusahaan	CSR berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas tidak memoderasi hubungan CSR dan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan memoderasi hubungan CSR dan nilai perusahaan.
6	Ayu Kemala Putri, Made Sudarma, Bambang Purnomosidhi	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan dan Jumlah Dewan Komisaris sebagai Variabel <i>Pemoderasi</i> (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar Bursa	Independen: CSR Dependen: Nilai Perusahaan Moderating: Ukuran Perusahaan, Jumlah Dewan Komisaris	Nilai perusahaan tidak dipengaruhi oleh CSR. Ukuran perusahaan dan jumlah dewan komisaris berpengaruh bagi nilai perusahaan.

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
		Efek Indonesia) 2016		
7	Hanni Chyntia Maita Putri Surya Raharja	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kepemilikan Manajerial Sebagai Variabel <i>Moderating</i> 2013	Independen: CSR Dependen: Nilai Perusahaan Moderating: Profitabilitas	CSR dan kepemilikan manajerial secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Manajerial kepemilikan juga berpengaruh memperkuat hubungan antar CSR dan nilai perusahaan.
8	Widuri Kurniasari, Yusni Warastuti	<i>The Relationship Between CSR And Profitability To Firm Value In Sri-Kehati Index</i> 2015	Independen: CSR, Profitabilitas Dependen: Nilai Perusahaan	Penelitian ini tidak menemukan hubungan yang signifikan antara CSR dengan nilai perusahaan tetapi ada yang positif signifikan r profitabilitas ke nilai perusahaan.
9	Gusti Ayu Made Ervina Rosiana, Gede Juliarsa, Maria M. Ratna Sari	Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi 2013	Independen: CSR Dependen: Nilai Perusahaan Moderating: Profitabilitas	Pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas mampu memperkuat pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.
10	Muh Hosen Bawafi, Adi Prasetyo	Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi 2015	Independen: CSR Dependen: Nilai Perusahaan Moderating: Profitabilitas	Profitabilitas terbukti berpengaruh signifikan terhadap CSR dan nilai perusahaan.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa terdapat beberapa perbedaan pada hasil penelitian terdahulu. Berdasarkan tinjauan pustaka dan perbedaan hasil

penelitian tersebut, peneliti melakukan penelitian kembali terhadap pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas dan ukuran perusahaan sebagai variabel moderating.

2.3 Kerangka Pemikiran

Hubungan atau keterkaitan antar variabel dependen dan variabel independen serta variabel moderating dalam penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

2.3.1 Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan

Perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan dapat menggunakan informasi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai keunggulan kompetitif perusahaan. Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik akan direspon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham. Apabila perusahaan memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang buruk maka akan muncul keraguan dari investor sehingga direspon negatif melalui penurunan harga saham (Amalia dan Wijayanto, 2007 dalam Rosiana dkk, 2013).

Ghoul et al (2011) mengatakan bahwa secara teoritis, semakin banyaknya aktivitas CSR yang diungkapkan oleh perusahaan, maka nilai perusahaan akan semakin meningkat karena pasar akan memberikan apresiasi positif kepada perusahaan yang melakukan CSR yang ditunjukkan dengan peningkatan harga saham perusahaan. Investor mengapresiasi praktik CSR dan melihat aktivitas CSR sebagai pedoman untuk menilai potensi keberlanjutan suatu perusahaan (Murnita

dan Putri, 2018). Pernyataan ini didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rosiana, dkk (2013), Harjoto dan Jo (2007), Yuniasih dan Wirakusuma (2008), Agusta (2016) yang menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik akan direspon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham dan laba perusahaan (*earnings*).

2.3.2 Pengaruh Profitabilitas sebagai Variabel Moderating dalam Hubungan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan suatu pencapaian yang mampu dicapai suatu perusahaan atas suatu aktivitas yang dilakukan perusahaan di dalam satu periode tertentu yang berpengaruh terhadap peningkatan laba bersih. Setiap investor dapat mempertimbangkan profitabilitas sebagai salah satu acuan di dalam pengambilan keputusan investasinya, karena dengan tingginya tingkat profit yang dimiliki perusahaan maka akan semakin tinggi pula tingkat dividen (*dividend payout*) dan akan semakin menghemat biaya modal, di sisi lain para manajer (*insider*) dapat meningkatkan saham kepemilikannya karena berfikir bahwa penerimaan dividen merupakan suatu keuntungan yang tinggi (Murnita dan Putra, 2018). Profitabilitas juga merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan, karena menjadi salah satu indikator penting bagi investor dalam menilai prospek perusahaan di masa depan dengan melihat sejauh mana pertumbuhan profitabilitas perusahaan (Tandelilin, 2001:240 dalam Karundeng 2017).

Semakin tinggi tingkat profit suatu perusahaan, maka dipercaya semakin tinggi pula tingkat mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang akan dapat meningkatkan nilai perusahaan, karena perusahaan dianggap akan

menyisihkan dananya untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosialnya lebih luas lagi. Begitu pula sebaliknya, Semakin rendah tingkat profit suatu perusahaan, maka semakin rendah pula tingkat mengungkapkan CSR yang akan sedikit menurunkan nilai perusahaan, karena dananya akan digunakan untuk kebutuhan lain dibanding melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial (Murnita dan Putra, 2018). Pernyataan ini didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rosiana (2013), Pristianingrum (2017), Karundeng dkk (2017), Murnita dkk (2018), Kurniasari (2018), serta Bawafi dan Prasetyo (2015) yang menyatakan bahwa semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan maka semakin tinggi pula tingkat CSR nya yang akan berdampak pada naiknya nilai perusahaan.

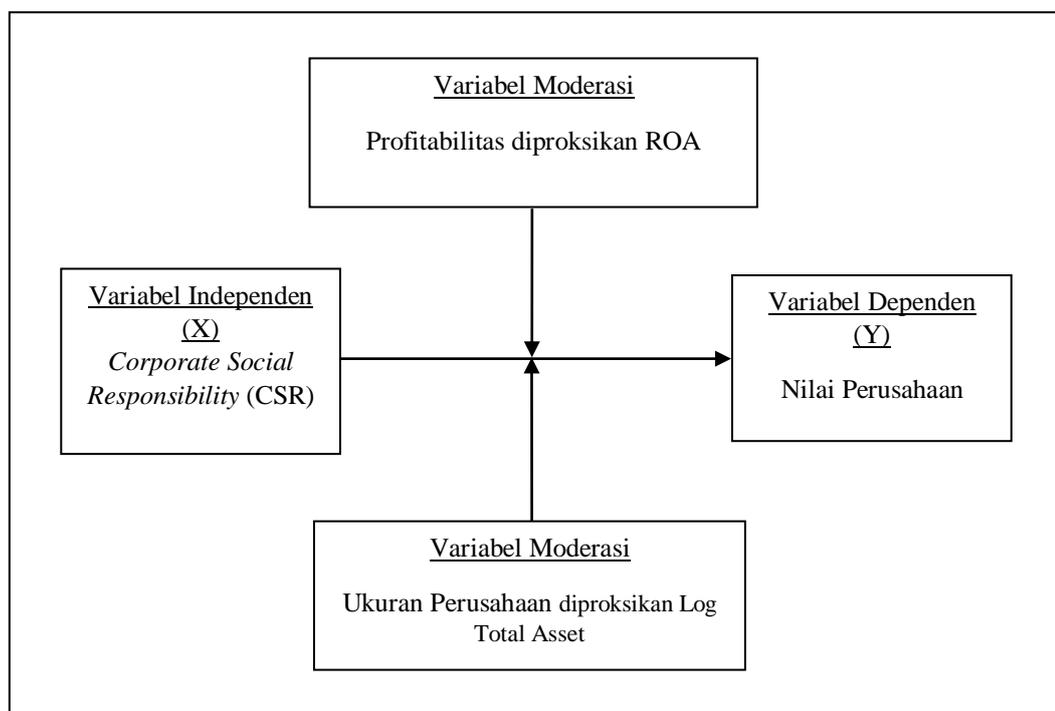
2.3.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderating dalam Hubungan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan dianggap mampu untuk memengaruhi nilai dari suatu perusahaan (Martini, 2014). Semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah perusahaan dalam memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal. Semakin besar ukuran perusahaan, maka berdampak pada semakin banyaknya investor yang menaruh perhatian pada perusahaan tersebut (Mahatma, 2013).

Menurut Cowen, Ferreri, dan Parker (1987) dalam Karundeng (2017), perusahaan yang besar diharapkan bisa mengungkapkan informasi CSR yang menjelaskan tentang perhatian perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan, yang bisa mempertahankan legitimasi perusahaan. Dengan kata lain semakin besar aset suatu perusahaan maka akan semakin besar tanggung jawab sosialnya,

dan hal ini akan dilaporkan dalam laporan tahunan, sehingga pengungkapannya juga semakin luas. Pernyataan ini didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Putri dkk (2016) dan Puspaningrum (2017) yang menyatakan bahwa semakin besar ukuran suatu perusahaan maka semakin tinggi pula tingkat CSR nya yang akan berdampak pada naiknya nilai perusahaan.

Variabel yang terkait dalam penelitian ini dapat digambarkan melalui suatu kerangka pemikiran penelitian dalam Gambar 2.1 berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan suatu proposisi atau anggapan yang mungkin benar, dan sering digunakan sebagai dasar pembuatan keputusan/pemecahan persoalan ataupun untuk dasar penelitian lebih lanjut (Supranto, 2016:122). Berdasarkan dari tinjauan pustaka, tinjauan penelitian sebelumnya, dan kerangka pemikiran

yang penulis uraikan diatas, maka hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H₁ : *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
- H₂ : Profitabilitas dapat memoderasi hubungan antara pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan nilai perusahaan.
- H₃ : Ukuran Perusahaan dapat memoderasi hubungan antara pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan nilai perusahaan.

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017:38).

Objek penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR), nilai perusahaan, profitabilitas dan ukuran perusahaan. Sedangkan subjek penelitiannya adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan periode penelitian tahun 2016 sampai dengan tahun 2018. Data yang digunakan adalah laporan keuangan tahunan (*financial statement*) dan laporan tahunan (*annual report*) perusahaan manufaktur yang terdiri dari 168 perusahaan yang dipublikasikan di Bursa Efek Indonesia (BEI).

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Metode yang Digunakan

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2017:2). Berdasarkan pertimbangan tujuan penelitian, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan metode verifikatif.

Metode deskriptif adalah metode yang dilakukan untuk mengetahui dan menjelaskan karakteristik variabel yang diteliti dalam suatu situasi (Sekaran, 2017:111). Dalam penelitian ini metode deskriptif analisis yang digunakan

digunakan untuk menganalisis pengaruh interaksi antara pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas dan ukuran perusahaan sebagai variabel moderating, data tersebut diperoleh dari laporan keuangan (*financial statement*) dan laporan tahunan (*annual report*) yang dapat dihitung berupa angka-angka ataupun tentang data (berupa *statement*) yang dikumpulkan dan dinyatakan dalam bentuk angka-angka.

Metode penelitian verifikatif adalah metode yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara setiap variabel bebas dan terikat yang kemudian diuji menggunakan analisis hipotesis (Sugiyono, 2013:11). Dalam penelitian ini pendekatan verifikatif digunakan untuk mengetahui pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas dan ukuran perusahaan sebagai variabel moderating pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2018.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017:38). Sedangkan menurut Sekaran (2017:77) variabel adalah apapun yang dapat membedakan atau mengubah nilai. Nilai dapat berbeda pada berbagai waktu untuk objek atau orang yang sama, atau pada waktu yang sama untuk objek atau orang yang berbeda. Pada penelitian ini telah ditentukan 3 variabel, yaitu variabel independen (bebas), variabel dependen (terikat) dan variabel moderating. Adapun variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini adalah:

3.2.2.1 Variabel Independen (Bebas)

Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2017:39). Sedangkan menurut Sekaran (2017:79) variabel independen adalah yang mempengaruhi variabel dependen (terikat), baik secara positif atau secara negatif. Variabel independen (X) pada penelitian ini adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) diukur dengan rumus *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI) berdasarkan indikator *Global Reporting Initiative* (GRI). GRI terdiri dari 6 fokus pengungkapan, yaitu: ekonomi, lingkungan, tenaga kerja, hak asasi manusia, sosial dan tanggung jawab produk sebagai dasar *sustainability reporting*. Jenis kategori dan tiap kategori berisi tentang detail yang lebih baik tentang area pengungkapan yang spesifik dan ditandai dengan menggunakan kode 0 atau 1. Nilai 0 diberikan jika tidak ada informasi yang diungkapkan, sedangkan nilai 1 diberikan jika perusahaan telah melakukan beberapa kegiatan yang sesuai dengan kategori yang dikodekan (Leki dan Christiawan, 2013). Penghitungan indeks *checklist* pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah sebagai berikut:

$$CSRI = \frac{\sum Xi}{Ni}$$

Keterangan:

$\sum Xi$ = jumlah pengungkapan CSR oleh perusahaan

Ni = total pengungkapan item CSR menurut GRI *guidelines* (84 item).

3.2.2.2 Variabel Dependen (Terikat)

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel independen (Sugiyono, 2017:39). Sedangkan menurut Sekaran (2017:77) variabel dependen merupakan variabel yang menjadi perhatian utama peneliti. Variabel dependen (Y) pada penelitian ini adalah nilai perusahaan.

Menurut Murnita dan Putra (2018) nilai perusahaan merupakan suatu persepsi investor terhadap keberhasilan suatu perusahaan atau nilai pasar, karena apabila harga saham perusahaan naik, maka perusahaan dianggap berhasil menjalankan usahanya dan mampu memberikan kepuasan dan keuntungan kepada para *shareholder*. Tujuan utama sebuah perusahaan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan, karena nilai perusahaan digunakan sebagai pengukur keberhasilan perusahaan (Sartono, 2011:9). Pada penelitian ini, nilai perusahaan diukur menggunakan rasio Tobin's Q, yaitu:

$$q = \frac{(EMV + D)}{(EBV + D)}$$

Keterangan:

q = Nilai perusahaan

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

EBV = nilai buku dari total asset

D = nilai buku dari total hutang

Penulis menggunakan rasio Tobin's Q, karena Tobin's Q dianggap rasio yang memberikan informasi paling baik karena menjelaskan fenomena dalam kegiatan perusahaan (Hadianto, 2013). Rasio Tobin's Q juga memasukkan semua

unsur utang dan modal saham perusahaan. Dengan melibatkan semua unsur utang dan modal saham perusahaan maka nilai perusahaan lebih konservatif daripada tidak melibatkan semua unsur tersebut (Murnita dan Putra, 2018).

3.2.2.3 Variabel Moderating

Variabel moderating adalah variabel yang mempengaruhi (memperkuat dan memperlemah) hubungan antara variabel independen dengan dependen (Sugiyono, 2017:39).

1. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan rasio yang menunjukkan keberhasilan perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan. Rasio ini dimaksudkan untuk mengukur efisiensi penggunaan aktiva perusahaan (Fahmi, 2015:116).

Penelitian ini menggunakan rasio *Return on Asset* (ROA), dengan rumus:

$$\text{Return on Assets (ROA)} = \frac{\text{Earning After Tax (EAT)}}{\text{Total Assets}}$$

Penulis menggunakan ROA sebagai variabel moderasi antara hubungan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan nilai perusahaan karena ROA menurut Munawir (2006: 91) dalam Putra dkk (2017) memiliki beberapa keunggulan, yaitu:

- a. ROA dapat mengukur efisiensi penggunaan modal yang menyeluruh yang sensitif terhadap setiap hal yang mempengaruhi keadaan keuangan perusahaan. Efisiensi disini diartikan sebagai daya guna yang mana penekanannya disamping hasil yang ingin dicapai, juga harus memperhitungkan pengorbanan modal tersebut untuk mencapai hasil yang ingin dicapai. Kesalahan atau kekeliruan dalam penggunaan modal akan menyebabkan buruknya kondisi keuangan suatu

perusahaan sehingga kegiatan perusahaan dapat terhambat atau terhenti sama sekali.

- b. ROA dapat mempertimbangkan posisi perusahaan dengan rasio industri sehingga dapat diketahui apakah perusahaan berada di bawah, sama atau di atas rata-rata industri. Hal ini merupakan salah satu langkah dalam perencanaan strategi.
- c. ROA dapat digunakan untuk mengukur profitabilitas dari masing-masing produk yang dihasilkan perusahaan.
- d. ROA dapat digunakan untuk mengukur efisiensi tindakan-tindakan yang dilakukan oleh setiap divisinya dan pemanfaatan akuntansi divisinya.
- e. Selain berguna untuk kepentingan kontrol, ROA juga berguna untuk kepentingan perencanaan.

2. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan skala yang digunakan dalam menentukan besar kecilnya suatu perusahaan (Kinasih dkk, 2012). Berbagai cara dapat dilakukan untuk mengklasifikasikan ukuran perusahaan yaitu berdasarkan jumlah karyawan, kapitalisasi pasar dan log total asset. Pada penelitian ini penulis menggunakan log total asset yang dimiliki perusahaan sebagai dasar acuan ukuran perusahaan (Janra, 2015).

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Variabel Independen (X), <i>Corporate Social Responsibility</i>	CSR sebagai tanggung jawab suatu organisasi atas dampak dari keputusan dan aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan,	$CSRI = \frac{\sum Xi}{Ni}$ Keterangan: $\sum Xi = \text{jumlah}$	Rasio

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
(CSR)	melalui perilaku yang transparan dan etis, yang konsisten dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, memperhatikan kepentingan dari para <i>stakeholder</i> , sesuai hukum yang berlaku dan konsisten dengan norma-norma internasional, terintegrasi diseluruh aktivitas organisasi, dalam pengertian ini meliputi baik kegiatan, produk maupun jasa (Draft ISO 26000, <i>Guidance Standard on social responsibility</i> 2009).	pengungkapan CSR oleh perusahaan Ni = total pengungkapan item CSR menurut GRI <i>guidelines</i> (84items). (Leki dan Christiawan, 2013)	
Variabel Dependen (Y), Nilai Perusahaan	Nilai perusahaan merupakan suatu persepsi investor terhadap keberhasilan suatu perusahaan atau nilai pasar, karena apabila harga saham perusahaan naik, maka perusahaan dianggap berhasil menjalankan usahanya dan mampu memberikan kepuasan dan keuntungan kepada para <i>shareholder</i> (Murnita dan Putra, 2018).	$q = \frac{(EMV + D)}{(EBV + D)}$ <p>Keterangan: q= Nilai perusahaan EMV= <i>closing price</i> saham x jumlah saham yang beredar (nilai pasar ekuitas) EBV= nilai buku dari total asset D= nilai buku dari total hutang</p> <p>(Hadianto, 2013)</p>	Rasio
Variabel Moderating (M ₁), Profitabilitas	Profitabilitas merupakan rasio yang menunjukkan keberhasilan perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan. Rasio ini dimaksudkan untuk mengukur efisiensi	$ROA = \frac{EAT}{Total Asset}$ <p>Keterangan: ROA= <i>Return on Assets</i> EAT= <i>Earning After</i></p>	Rasio

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
	penggunaan aktiva perusahaan (Fahmi, 2015:116).	<i>Tax</i> (Fahmi, 2015:135)	
Variabel Moderating (M ₂), Ukuran Perusahaan	Ukuran perusahaan merupakan skala yang digunakan dalam menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Semakin besar aktiva maka semakin banyak modal yang ditanam, semakin banyak penjualan maka semakin banyak perputaran uang dan semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin besar pula perusahaan itu dikenal dalam masyarakat (Kinasih dkk, 2012)	<i>Size Firm = Log Total Asset</i> (Janra, 2015)	Rasio

3.2.3 Populasi dan Teknik Penentuan Sampel

3.2.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi, objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyonno, 2017:80). Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) sampai tahun 2018 yaitu 168 perusahaan.

3.2.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2017:81). Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling*

adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2017:85).

Adapun kriteria dalam pemilihan sampel pada penelitian ini adalah:

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama periode 2016-2018 dan tidak mengalami *delisting*.
2. Perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur yang menyertakan laporan tahunan dan laporan keuangan yang telah diaudit pada periode 2016-2018 secara berturut-turut.
3. Perusahaan manufaktur yang mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam laporan tahunan selama periode 2016-2018 secara berturut-turut.
4. Menggunakan mata uang rupiah pada laporan keuangannya.
5. Memiliki data yang lengkap terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.

Tabel 3.2 Hasil Purposive Sample

Keterangan	Jumlah
Total Populasi Perusahaan Manufaktur s/d Mei 2019	168
Perusahaan manufaktur yang mengalami <i>delisting</i>	(0)
Perusahaan manufaktur yang tidak menyertakan laporan tahunan dan laporan keuangan yang telah diaudit pada periode 2016-2018 secara berturut-turut	(49)
Perusahaan manufaktur yang tidak mengungkapkan CSR dalam laporan tahunan selama periode 2016-2018 secara berturut-turut	(12)
Perusahaan tidak menggunakan mata uang rupiah pada laporan keuangannya	(26)
Memiliki data yang tidak lengkap terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian	(0)
Jumlah Perusahaan Sampel	81
Tahun Pengamatan Sampel	3
Jumlah Sampel Selama Periode Pengamatan	243

Sumber: www.idx.co.id (data diolah penulis)

Berdasarkan hasil purposive di atas, maka dapat diketahui bahwa sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 81 perusahaan.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah teknik dokumentasi, yakni peneliti melakukan pengumpulan data sekunder yang diperoleh dari website tertentu yang sesuai dengan keadaan perusahaan manufaktur yang akan diteliti, website tersebut bersumber dari www.idx.co.id yang merupakan website kumpulan data-data informasi perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Selain itu, peneliti juga melakukan studi kepustakaan melalui buku-buku dan jurnal yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder mengacu pada informasi yang dikumpulkan oleh seseorang, selain peneliti yang melakukan studi saat ini (Sekaran, 2017: 133). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan tahunan dan laporan keuangan yang sudah diaudit pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016-2018.

3.2.5 Metode Pengujian Data

3.2.5.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah berkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2017: 206). Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai variabel yang diteliti. Uji statistik deskriptif mencakup nilai rata-rata (mean), nilai minimum, nilai maksimum, dan nilai standar deviasi dari data penelitian.

3.2.5.2 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas akan menguji data variabel independen (X) dan data variabel dependen (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel independen dan data variabel dependen berdistribusi mendekati normal atau normal sama sekali (Sunyoto, 2016:92). Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak, dilakukan uji statistik Kolmogorov-Smirnov Test. Residual berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikansi $> 0,05$ (Ghozali, 2016:159).

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas mengukur keeratan hubungan antar variabel independen melalui besaran koefisien korelasi (r) (Sunyoto, 2016:87). Tujuan uji multikolinearitas adalah untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel independen yang memiliki nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol (Ghozali, 2016:103).

Cara menentukan ada tidaknya multikolinearitas menurut Sunyoto (2016:87), adalah sebagai berikut:

- a. Nilai *tolerance* adalah besarnya tingkat kesalahan yang dibenarkan secara statistik (α).
- b. Nilai *variance inflation factor* (VIF) adalah faktor inflasi penyimpangan baku kuadrat.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan 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 (Ghozali, 2016:139). Menurut Ghozali (2016: 142) salah satu cara untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melakukan uji Glejser. Uji Glejser mengusulkan untuk meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen. Hasil probabilitas dikatakan signifikan jika nilai signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5%.

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi (Ghozali, 2016:110). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa uji asumsi klasik autokorelasi dilakukan untuk data *time series* atau data yang mempunyai seri waktu (Sunyoto,

2016:97). Salah satu ukuran dalam menentukan ada tidaknya masalah autokolerasi dengan uji Durbin-Watson (DW) dalam Sunyoto (2016:98) dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Terjadi autokolerasi positif, jika nilai DW di bawah -2 ($DW < -2$)
- b. Tidak terjadi autokolerasi, jika nilai DW berada diantara -2 dan +2 ($-2 < DW < +2$)
- c. Terjadi autokolerasi negative, jika nilai DW di atas +2 ($DW > +2$)

3.2.6 Rancangan Pengujian Hipotesis

3.2.6.1 Analisis Regresi Moderasi (*Moderating Regression Analysis*)

Moderated Regression Analysis (MRA) atau uji interaksi merupakan aplikasi khusus dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen) (Ghozali, 2016:94). Analisis moderat digunakan untuk menaksir nilai variabel Y berdasarkan nilai variabel X dikalikan dengan variable Z, serta taksiran perubahan variabel Y untuk setiap satuan perubahan variabel X yang dikalikan dengan variable Z. MRA dinyatakan dalam bentuk regresi berganda dengan persamaan mirip regresi polynomial yang menggambarkan pengaruh nonlinier yang dinyatakan dalam bentuk model persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X + \beta_2 Z_1 + \beta_3 Z_2 + \beta_4 XZ_1 + \beta_5 XZ_2 + \varepsilon$$

Y = Nilai Perusahaan

α = Konstanta, besar nilai Y, jika $X = 0$

$\beta_1 - \beta_5$ = Koefisien regresi yaitu menyatakan perubahan nilai Y apabila terjadi perubahan nilai X

X = *Corporate Social Responsibility* (CSR)

- Z_1 = Profitabilitas
- Z_2 = Ukuran Perusahaan
- XZ_1 = Interaksi antara CSR dan Profitabilitas
- XZ_2 = Interaksi antara CSR dan Ukuran Perusahaan
- ε = *Error term*, yaitu tingkat kesalahan penduga dalam penelitian

Variabel perkalian antara CSR (X) dengan profitabilitas (Z_1) dan ukuran perusahaan (Z_2) merupakan variabel pemoderasi. Oleh karena menggambarkan pengaruh variabel (Z_1) dan (Z_2) terhadap hubungan variabel (X) dan variabel (Y).

3.2.6.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan kuadrat dari koefisien korelasi. Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2014:257). Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$R^2 = r^2_{xy} \times 100\%$$

Keterangan:

R^2 = Koefisien determinasi

r^2_{xy} = Koefisien kuadrat korelasi ganda

Kriteria untuk analisis koefisien determinasi menurut Sugiyono (2014:257) adalah:

1. Jika R^2 mendekati nol (0), berarti pengaruh variabel independen terhadap dependen lemah.
2. Jika R^2 mendekati satu (1), berarti pengaruh variabel independen terhadap dependen kuat.

3.2.6.3 Uji t (*Partial Individual Test*)

Uji signifikansi (*t-test*) digunakan untuk analisis atau pengujian hipotesis bila peneliti bermaksud mengetahui pengaruh atau hubungan variabel independen dengan dependen, dimana salah satu variabel independennya dikendalikan (dibuat tetap) (Sugiyono, 2016:193). Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,05 ($\alpha = 5\%$).

Langkah-langkah dalam melakukan uji t menurut Ghazali (2016:97) adalah sebagai berikut:

1. Merumuskan Hipotesis

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini berkaitan berkaitan dengan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen.

2. Perhitungan Nilai t

Pengujian hipotesis secara parsial dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{t\sqrt{n - k - 1}}{1 - r^2}$$

Keterangan:

r = korelasi parsial

k = jumlah variabel independen

n = jumlah sampel

3. Perhitungan Nilai Tabel

Nilai t_{tabel} tergantung pada besarnya derajat bebas (bd) atau *degree of freedom* (df) dan tingkat signifikan yang digunakan. Derajat bebas dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$df = n - k - 1$$

Keterangan:

df = derajat bebas (*degree of freedom*)

n = jumlah data observasi

k = variabel independen yang digunakan

4. Kriteria Penerimaan atau Penolakan Hipotesis

Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikan $\geq 0,05$ atau $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti bahwa secara parsial variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai signifikan $< 0,05$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

3.2.6.4 Uji F (*Overall Significance Test*)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimaksudkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikan 0,05 ($\alpha = 5\%$) (Ghozali, 2016:96).

Langkah-langkah dalam melakukan Uji F menurut Ghazali (2016:99) adalah sebagai berikut:

1. Merumuskan Hipotesis

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini berkaitan dengan ada atau tidaknya pengaruh secara simultan variabel independen mempengaruhi variabel dependen.

2. Perhitungan Nilai F

Pengujian hipotesis secara simultan dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2 / K}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan:

R^2 = koefisien determinasi gabungan

k = jumlah variabel independen

n = jumlah sampel

3. Perhitungan Nilai Tabel

Nilai F_{tabel} tergantung pada besarnya derajat bebas (db) atau *degree of freedom* (df), baik df untuk pembilang (df_1) maupun df untuk penyebut (df_2) dan tingkat signifikansi yang digunakan. Derajat bebas dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$df_1 = k - 1$$

$$df_2 = n - k$$

Keterangan:

df_1 = derajat bebas pembilang

df_2 = derajat bebas penyebut

n = jumlah data observasi

k = variabel independen yang digunakan

4. Kriteria Penerimaan atau Penolakan Hipotesis

Ketentuan penerimaan atau penolakan hipotesis sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikan $\geq 0,05$ atau $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti bahwa secara simultan variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai signifikan $< 0,05$ atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara simultan variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Statistik Deskriptif

Berikut ini akan diuraikan gambaran mengenai variabel yang diteliti, yaitu pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), nilai perusahaan, dan profitabilitas serta ukuran perusahaan sebagai variabel moderating. Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2018 dengan jumlah populasi 168 perusahaan. Adapun sampel yang diambil berdasarkan proses kriteria yang telah ditentukan adalah sebanyak 81 perusahaan. Tahun pengamatan yang diambil adalah selama 3 tahun, sehingga jumlah data yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 243 sampel. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data laporan keuangan (*financial statement*) dan laporan tahunan (*annual report*) mulai dari tahun 2016-2018.

4.1.1.1 Gambaran Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2016-2018

Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai tanggung jawab suatu organisasi atas dampak dari keputusan dan aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan, melalui perilaku yang transparan dan etis, yang konsisten dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, memperhatikan kepentingan dari para *stakeholder*, sesuai hukum yang berlaku dan konsisten dengan norma-norma internasional, terintegrasi diseluruh aktivitas organisasi,

dalam pengertian ini meliputi baik kegiatan, produk maupun jasa (Draft ISO 26000, *Guidance Standard on social responsibility* 2009). CSR diukur dengan cara membagi jumlah pengungkapan CSR oleh perusahaan terhadap total pengungkapan item CSR menurut GRI *guidelines* yang berjumlah 84 item (Leki dan Christiawan, 2013). Untuk mengetahui data pengungkapan CSR di perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2016-2018 dapat di lihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1 Pengungkapan CSR di Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2016-2018

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan	Pengungkapan CSR		
			2016	2017	2018
1	AGII	Aneka Gas Industri Tbk.	34	36	36
2	AKPI	Argha Karya Prima Industry Tbk	41	44	49
3	ALDO	Alkindo Naratama Tbk.	45	46	48
4	ALKA	Alakasa Industrindo Tbk	30	35	43
5	ALMI	Alumindo Light Metal Industry	46	54	54
6	AMFG	Asahimas Flat Glass Tbk.	60	64	64
7	APLI	Asiaplast Industries Tbk.	23	30	30
8	ARNA	Arwana Citramulia Tbk.	26	29	30
9	BAJA	Saranacentral Bajatama Tbk.	30	33	38
10	BTON	Betonjaya Manunggal Tbk.	33	34	38
11	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk	34	36	39
12	CPRO	Central Proteina Prima Tbk.	37	38	40
13	EKAD	Ekadharma International Tbk.	36	42	42
14	IGAR	Champion Pacific Indonesia Tbk	35	40	40
15	IMPC	Impack Pratama Industri Tbk.	40	50	56
16	INCI	Intanwijaya Internasional Tbk	41	47	52
17	INTP	Indocement Tunggal Prakarsa Tb	66	67	70
18	ISSP	Steel Pipe Industry of Indones	62	65	69
19	JPFA	Japfa Comfeed Indonesia Tbk.	63	70	71
20	KBRI	Kertas Basuki Rachmat Indonesi	38	40	40
21	KDSI	Kedawang Setia Industrial Tbk.	45	47	50
22	KIAS	Keramika Indonesia Assosiasi Tbk	13	15	15
23	LION	Lion Metal Works Tbk.	21	21	21
24	LMSH	Lionmesh Prima Tbk.	30	32	32
25	MAIN	Malindo Feedmill Tbk.	29	34	36

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan	Pengungkapan CSR		
			2016	2017	2018
26	MLIA	Mulia Industrindo Tbk	23	43	47
27	SIPD	Sierad Produce Tbk.	37	39	40
28	SMCB	Solusi Bangun Indonesia Tbk.	40	47	48
29	SMGR	Semen Indonesia (Persero) Tbk.	68	70	73
30	SPMA	Suparma Tbk.	33	35	35
31	SRSN	Indo Acidatama Tbk	43	46	48
32	TIRT	Tirta Mahakam Resources Tbk	26	26	28
33	TOTO	Surya Toto Indonesia Tbk.	51	55	58
34	TRST	Trias Sentosa Tbk.	20	23	28
35	WSBP	Waskita Beton Precast Tbk.	67	70	70
36	WTON	Wijaya Karya Beton Tbk.	54	57	59
37	ASII	Astra International Tbk.	64	65	67
38	AUTO	Astra Otoparts Tbk.	62	66	67
39	BATA	Sepatu Bata Tbk.	23	25	25
40	BIMA	Primarindo Asia Infrastructure	34	36	37
41	HDTX	Panasia Indo Resources Tbk.	33	33	33
42	IMAS	Indomobil Sukses Internasional	22	22	24
43	INDS	Indospring Tbk.	30	30	30
44	JECC	Jembo Cable Company Tbk.	65	67	68
45	KBLI	KMI Wire & Cable Tbk.	42	62	65
46	KBLM	Kabelindo Murni Tbk.	40	42	42
47	PRAS	Prima Alloy Steel Universal Tb	16	18	18
48	RICY	Ricky Putra Globalindo Tbk	12	14	14
49	SCCO	Supreme Cable Manufacturing &	38	40	41
50	SMSM	Selamat Sempurna Tbk.	39	40	42
51	STAR	Star Petrochem Tbk.	34	36	36
52	UNIT	Nusantara Inti Corpora Tbk	30	61	61
53	VOKS	Voksel Electric Tbk.	37	37	37
54	ADES	Akasha Wira International Tbk.	26	30	30
55	ALTO	Tri Banyan Tirta Tbk.	16	16	16
56	BTEK	Bumi Teknokultura Unggul Tbk	25	25	25
57	BUDI	Budi Starch & Sweetener Tbk.	37	47	48
58	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.	36	43	45
59	CINT	Chitose Internasional Tbk.	42	45	45
60	DVLA	Darya-Varia Laboratoria Tbk.	43	47	48
61	HMSP	H.M. Sampoerna Tbk.	45	59	62
62	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	54	56	57
63	INAF	Indofarma Tbk.	64	67	68
64	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.	71	73	73

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan	Pengungkapan CSR		
			2016	2017	2018
65	KAEF	Kimia Farma (Persero) Tbk.	75	76	78
66	KICI	Kedaung Indah Can Tbk	22	22	22
67	KINO	Kino Indonesia Tbk.	55	57	60
68	KLBF	Kalbe Farma Tbk.	54	55	55
69	LMPI	Langgeng Makmur Industri Tbk.	21	21	21
70	MBTO	Martina Berto Tbk.	31	35	35
71	MGNA	Magna Investama Mandiri Tbk.	16	34	35
72	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk.	40	41	41
73	PSDN	Prasidha Aneka Niaga Tbk	26	30	30
74	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk.	52	57	60
75	SIDO	Industri Jamu dan Farmasi Sido	55	58	58
76	SKBM	Sekar Bumi Tbk.	34	54	54
77	TCID	Mandom Indonesia Tbk.	57	60	62
78	TSPC	Tempo Scan Pacific Tbk.	30	35	35
79	ULTJ	Ultra Jaya Milk Industry & Tra	48	50	50
80	UNVR	Unilever Indonesia Tbk.	68	70	72
81	WIIM	Wismilak Inti Makmur Tbk.	72	75	76

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Dari data di atas dapat diketahui bahwa pada tahun 2016 dari total pengungkapan 84 item, sebanyak 18 perusahaan memiliki pengungkapan CSR 1-28 item atau sekitar 22%, 48 perusahaan atau 59% memiliki pengungkapan CSR 29-56 item, dan 15 perusahaan atau 19% memiliki pengungkapan CSR 57-84 item. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan CSR pada tahun 2016 masih tergolong rendah, karena 81% perusahaan masih memiliki pengungkapan CSR di bawah 56 item.

Tahun 2017, dari 84 item pengungkapan, 12 perusahaan memiliki pengungkapan CSR 1-28 item atau sekitar 15%, 47 perusahaan atau 58% memiliki pengungkapan CSR 29-56 item, dan 22 perusahaan atau 27% memiliki pengungkapan CSR 57-84 item. Ini menunjukkan bahwa dari tahun 2016-2017

mengalami kenaikan pengungkapan CSR yang signifikan, karena terdapat kenaikan sebanyak 8% di pengungkapan CSR 57-84 item.

Tahun 2018, 84 item pengungkapan, 12 perusahaan memiliki pengungkapan CSR 1-28 item atau sekitar 15%, 44 perusahaan atau 54% memiliki pengungkapan CSR 29-56 item, dan 25 perusahaan atau 31% memiliki pengungkapan CSR 57-84 item. Ini menunjukkan bahwa dari tahun 2017-2018 tidak ada perubahan pengungkapan CSR yang signifikan, karena hanya terdapat kenaikan 4% di pengungkapan CSR 57-84 item.

Data ini juga menunjukkan bahwa perusahaan manufaktur yang diteliti telah melaksanakan Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, yaitu bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan, namun sebagian besar perusahaan yang diteliti belum menggunakan standar GRI dalam pengungkapannya.

Adapun gambaran mengenai hasil nilai statistik deskriptif dari variabel CSR dengan menggunakan bantuan SPSS versi 22.0 dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut ini:

Tabel 4.2 Statistik Deskriptif Pengungkapan CSR Perusahaan Manufaktur Periode 2016-2018

Item	Periode Pengamatan			
	2016	2017	2018	2016-2018
N	81	81	81	243
Terendah	14,29%	16,67%	16,67%	14,29%
Tertinggi	89,29%	90,48%	92,86%	92,86%
Rata-Rata	47,85%	52,79%	54,45%	51,7%
Std Deviasi	18,59%	18,97%	19,41%	19,24%

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2019

Berdasarkan hasil pengolahan data, diketahui pada tahun 2016 jumlah pengungkapan item CSR terendah adalah sebesar 14,29% (12 item

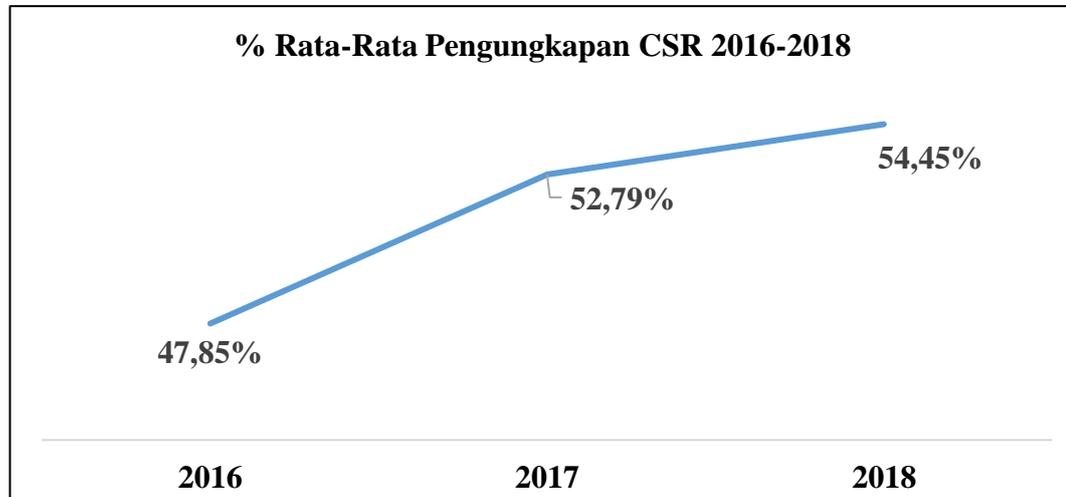
pengungkapan) pada perusahaan Ricky Putra Globalindo Tbk. (RICY), sedangkan tertinggi sebesar 89,29% (75 item pengungkapan) pada perusahaan Kimia Farma (Persero) Tbk. (KAEF). Rata – rata jumlah item pengungkapan CSR pada tahun 2016 oleh 81 perusahaan manufaktur yang diteliti adalah sebesar 47,85% atau sebanyak 40,2 item. Standar deviasi dari pengungkapan CSR tahun 2016 adalah 18.59%.

Pada tahun 2017 jumlah pengungkapan item CSR terendah adalah sebesar 16,67% (14 item pengungkapan) pada perusahaan Ricky Putra Globalindo Tbk. (RICY), sedangkan tertinggi sebesar 90,48% (76 item pengungkapan) pada perusahaan Kimia Farma (Persero) Tbk. (KAEF). Rata – rata jumlah item pengungkapan CSR pada tahun 2017 oleh 81 perusahaan manufaktur yang diteliti adalah sebesar 52,79% atau sebanyak 44,35 item. Standar deviasi dari pengungkapan CSR tahun 2017 adalah 18.97%.

Pada tahun 2018 jumlah pengungkapan item CSR terendah adalah sebesar 16,67% (14 item pengungkapan) pada perusahaan Ricky Putra Globalindo Tbk. (RICY), sedangkan tertinggi sebesar 92,86% (78 item pengungkapan) pada perusahaan Kimia Farma (Persero) Tbk. (KAEF). Rata – rata jumlah item pengungkapan CSR pada tahun 2018 oleh 81 perusahaan manufaktur yang diteliti adalah sebesar 54,45% atau sebanyak 45,74 item. Standar deviasi dari pengungkapan CSR tahun 2018 adalah 19.41%.

Selama tahun 2016-2018 rata-rata jumlah item pengungkapan CSR oleh 81 perusahaan manufaktur yang diteliti adalah sebesar 51,7% atau sebanyak 43,43 item. Rata-rata standar deviasi dari pengungkapan CSR tahun 2016-2018 adalah

19.24%. Pertumbuhan jumlah pengungkapan item CSR selama periode pengamatan dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Gambar 4.1 Rata-Rata Pengungkapan CSR Perusahaan Manufaktur Periode 2016 -2018

4.1.1.2 Gambaran Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2016-2018

Nilai perusahaan merupakan suatu persepsi investor terhadap keberhasilan suatu perusahaan atau nilai pasar, karena apabila harga saham perusahaan naik, maka perusahaan dianggap berhasil menjalankan usahanya dan mampu memberikan kepuasan dan keuntungan kepada para *shareholder* (Murnita dan Putra, 2018). Rumus yang digunakan dalam menghitung nilai perusahaan adalah Tobin's Q karena Tobin's Q dianggap rasio yang memberikan informasi paling baik karena menjelaskan fenomena dalam kegiatan perusahaan (Hadianto, 2013). Nilai Perusahaan dihitung dari jumlah *closing price* saham x jumlah saham yang beredar (nilai pasar ekuitas) dan nilai buku dari total hutang dibagi jumlah dari nilai buku dari total asset dan nilai buku dari total hutang. Untuk mengetahui data nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2016-2018 dapat di lihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3 Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2016-2018

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan	Nilai Perusahaan		
			2016	2017	2018
1	AGII	Aneka Gas Industri Tbk.	0.99	0.77	0.84
2	AKPI	Argha Karya Prima Industry Tbk	0.81	0.77	0.75
3	ALDO	Alkindo Naratama Tbk.	1.31	1.20	1.19
4	ALKA	Alakasa Industrindo Tbk	1.14	1.98	1.51
5	ALMI	Alumindo Light Metal Industry	0.86	0.90	0.97
6	AMFG	Asahimas Flat Glass Tbk.	0.81	0.74	0.45
7	APLI	Asiaplast Industries Tbk.	0.78	0.70	0.82
8	ARNA	Arwana Citramulia Tbk.	2.86	1.93	2.20
9	BAJA	Saranacental Bajatama Tbk.	1.40	1.12	1.14
10	BTON	Betonjaya Manunggal Tbk.	0.70	0.60	0.92
11	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk	2.51	2.37	4.58
12	CPRO	Central Proteina Prima Tbk.	1.25	1.54	1.55
13	EKAD	Ekadharna International Tbk.	0.84	0.80	0.81
14	IGAR	Champion Pacific Indonesia Tbk	1.30	0.85	0.81
15	IMPC	Impack Pratama Industri Tbk.	2.64	2.73	2.34
16	INCI	Intanwijaya Internasional Tbk	0.30	0.36	0.47
17	INTP	Indocement Tunggul Prakarsa Tb	2.01	2.95	2.61
18	ISSP	Steel Pipe Industry of Indones	0.81	0.68	0.64
19	JPFA	Japfa Comfeed Indonesia Tbk.	1.37	1.24	1.65
20	KBRI	Kertas Basuki Rachmat Indonesi	1.01	1.12	1.25
21	KDSI	Kedawung Setia Industrial Tbk.	0.76	0.80	0.89
22	KIAS	Keramika Indonesia Assosiasi Tbk	0.82	1.04	1.08
23	LION	Lion Metal Works Tbk.	1.11	0.92	0.83
24	LMSH	Lionmesh Prima Tbk.	0.63	0.58	0.52
25	MAIN	Malindo Feedmill Tbk.	1.57	1.08	1.28
26	MLIA	Mulia Industrindo Tbk	0.89	1.27	1.33
27	SIPD	Sierad Produce Tbk.	0.91	1.20	1.30
28	SMCB	Solusi Bangun Indonesia Tbk.	0.94	0.95	1.43
29	SMGR	Semen Indonesia (Persero) Tbk.	1.54	1.58	1.87
30	SPMA	Suparma Tbk.	0.69	0.67	0.68
31	SRSN	Indo Acidatama Tbk	0.86	0.82	0.86
32	TIRT	Tirta Mahakam Resources Tbk	1.00	0.96	0.97
33	TOTO	Surya Toto Indonesia Tbk.	2.40	1.89	1.57
34	TRST	Trias Sentosa Tbk.	0.64	0.74	0.51
35	WSBP	Waskita Beton Precast Tbk.	1.45	1.18	1.09

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan	Nilai Perusahaan		
			2016	2017	2018
36	WTON	Wijaya Karya Beton Tbk.	2.01	1.23	1.02
37	ASII	Astra International Tbk.	1.45	1.57	1.76
38	AUTO	Astra Otoparts Tbk.	0.96	0.94	0.74
39	BATA	Sepatu Bata Tbk.	1.58	1.19	1.16
40	BIMA	Primarindo Asia Infrastructure	3.34	2.42	2.17
41	HDTX	Panasia Indo Resources Tbk.	1.19	1.36	1.54
42	IMAS	Indomobil Sukses Internasional	0.88	0.78	0.89
43	INDS	Indospring Tbk.	0.38	0.46	0.70
44	JECC	Jembo Cable Company Tbk.	1.04	1.08	1.19
45	KBLI	KMI Wire & Cable Tbk.	0.88	0.97	0.75
46	KBLM	Kabelindo Murni Tbk.	0.92	0.61	0.58
47	PRAS	Prima Alloy Steel Universal Tb	0.64	0.66	0.66
48	RICY	Ricky Putra Globalindo Tbk	1.03	0.76	0.78
49	SCCO	Supreme Cable Manufacturing &	1.11	0.78	0.73
50	SMSM	Selamat Sempurna Tbk.	2.80	3.21	3.11
51	STAR	Star Petrochem Tbk.	0.68	0.98	0.87
52	UNIT	Nusantara Inti Corpora Tbk	0.50	0.47	0.46
53	VOKS	Voksel Electric Tbk.	1.33	1.23	1.13
54	ADES	Akasha Wira International Tbk.	1.27	1.07	1.02
55	ALTO	Tri Banyan Tirta Tbk.	1.22	1.39	1.44
56	BTEK	Bumi Teknokultura Unggul Tbk	1.26	1.82	1.76
57	BUDI	Budi Starch & Sweetener Tbk.	0.74	0.74	0.77
58	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.	0.94	0.90	0.86
59	CINT	Chitose Internasional Tbk.	0.38	0.48	0.45
60	DVLA	Darya-Varia Laboratoria Tbk.	1.58	1.66	1.58
61	HMSP	H.M. Sampoerna Tbk.	9.68	10.96	11.50
62	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	3.82	3.64	3.89
63	INAF	Indofarma Tbk.	11.08	12.61	14.62
64	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.	1.31	1.22	1.16
65	KAEF	Kimia Farma (Persero) Tbk.	3.82	3.04	2.17
66	KICI	Kedaung Indah Can Tbk	0.60	0.70	0.89
67	KINO	Kino Indonesia Tbk.	1.72	1.30	1.50
68	KLBF	Kalbe Farma Tbk.	4.85	4.93	4.08
69	LMPI	Langgeng Makmur Industri Tbk.	0.66	0.75	0.76
70	MBTO	Martina Berto Tbk.	0.66	0.66	0.74
71	MGNA	Magna Investama Mandiri Tbk.	0.98	1.10	1.16
72	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk.	11.52	12.05	12.26
73	PSDN	Prasidha Aneka Niaga Tbk	0.84	1.10	1.05
74	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk.	3.28	1.80	2.00

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan	Nilai Perusahaan		
			2016	2017	2018
75	SIDO	Industri Jamu dan Farmasi Sido	2.67	2.65	3.88
76	SKBM	Sekar Bumi Tbk.	1.23	1.13	1.09
77	TCID	Mandom Indonesia Tbk.	1.33	1.74	1.43
78	TSPC	Tempo Scan Pacific Tbk.	1.64	1.41	1.10
79	ULTJ	Ultra Jaya Milk Industry & Tra	3.29	3.08	2.95
80	UNVR	Unilever Indonesia Tbk.	18.40	23.29	20.36
81	WIIM	Wismilak Inti Makmur Tbk.	0.95	0.66	0.44

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Nilai perusahaan yang memiliki nilai lebih dari 1 (>1) mengindikasikan bahwa nilai perusahaan lebih besar dari nilai aset perusahaan yang tercatat, hal ini juga menunjukkan bahwa pasar memberikan penilaian lebih terhadap perusahaan (Kurnia, 2017).

Pada tahun 2016, nilai perusahaan yang < 1 sebanyak 35 perusahaan atau 43%, sedangkan perusahaan yang memiliki nilai > 1 sebanyak 46 perusahaan atau 57%. Hal ini dapat mengindikasikan bahwa pada tahun 2016 nilai perusahaan manufaktur tinggi.

Pada tahun 2017, nilai perusahaan yang < 1 sebanyak 35 perusahaan atau 43%, sedangkan perusahaan yang memiliki nilai > 1 sebanyak 46 perusahaan atau 57%. Hal ini dapat mengindikasikan bahwa pada tahun 2017 nilai perusahaan manufaktur tinggi, namun tidak ada perubahan dari tahun 2016.

Pada tahun 2018, nilai perusahaan yang < 1 sebanyak 34 perusahaan atau 42%, sedangkan perusahaan yang memiliki nilai > 1 sebanyak 47 perusahaan atau 58%. Hal ini dapat mengindikasikan bahwa pada tahun 2018 nilai perusahaan manufaktur tinggi, dan mengalami kenaikan sebanyak 1% dari tahun 2017.

Adapun gambaran mengenai hasil nilai statistik deskriptif dari variabel nilai perusahaan dengan menggunakan bantuan SPSS versi 22.0 dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut ini:

Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Nilai Perusahaan Manufaktur Periode 2016-2018

Item	Periode Pengamatan			
	2016	2017	2018	2016-2018
n	81	81	81	243
Terendah	0,304	0,360	0,435	0,304
Tertinggi	18,398	23,286	18,355	23,286
Rata-Rata	1,947	1,995	1,931	1,957
Std Deviasi	2,72	3,23	3,13	3,03

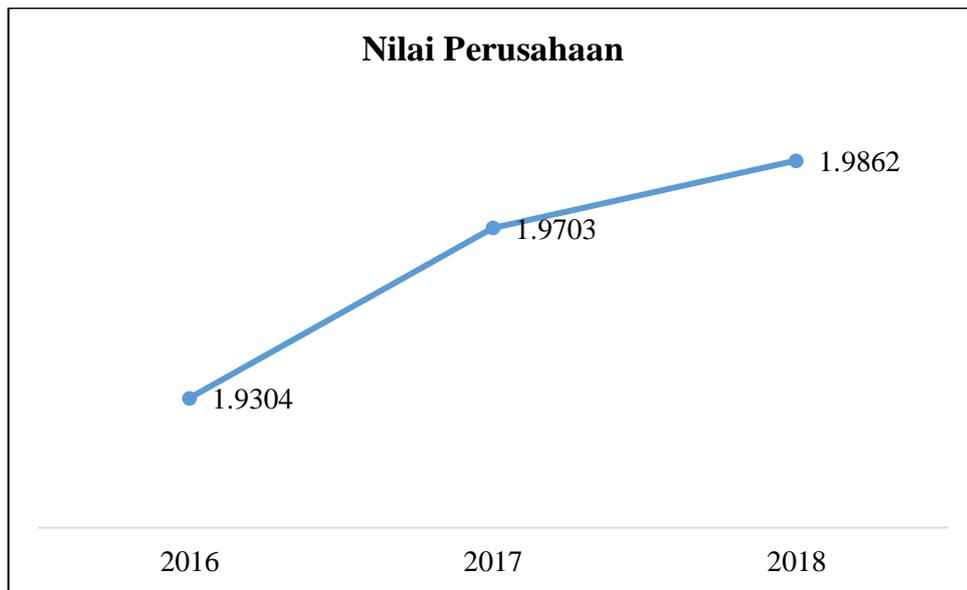
Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2019

Berdasarkan hasil pengolahan data, diketahui pada tahun 2016 nilai perusahaan terendah adalah sebesar 0,304 terdapat pada perusahaan Intanwijaya Internasional Tbk. (INCI), sedangkan tertinggi sebesar 18,398 pada perusahaan Unilever Indonesia Tbk. (UNVR). Rata – rata nilai perusahaan pada tahun 2016 dari 81 perusahaan manufaktur yang diteliti adalah sebesar 1,947. Standar deviasi pada tahun 2016 adalah 2,72.

Pada tahun 2017 nilai perusahaan terendah adalah sebesar 0,360 terdapat pada perusahaan Intanwijaya Internasional Tbk. (INCI), sedangkan tertinggi sebesar 23,286 pada perusahaan Unilever Indonesia Tbk. (UNVR). Rata – rata nilai perusahaan pada tahun 2017 dari 81 perusahaan manufaktur yang diteliti adalah sebesar 1,995. Standar deviasi pada tahun 2017 adalah 3,23.

Pada tahun 2018 nilai perusahaan terendah adalah sebesar 0,435 terdapat pada perusahaan Wismilak Inti Makmur Tbk. (WIIM), sedangkan tertinggi sebesar 18,355 pada perusahaan Unilever Indonesia Tbk. (UNVR). Rata – rata nilai perusahaan pada tahun 2018 dari 81 perusahaan manufaktur yang diteliti adalah sebesar 1,931. Standar deviasi pada tahun 2018 adalah 3,13.

Selama tahun 2016-2018 rata-rata nilai perusahaan pada 81 perusahaan manufaktur yang diteliti adalah sebesar 1,957. Rata-rata standar deviasi pada tahun 2016-2018 adalah 3,03. Pertumbuhan nilai perusahaan selama periode pengamatan dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Gambar 4.2 Rata-Rata Nilai Perusahaan Manufaktur Periode 2016-2018

4.1.1.3 Gambaran Profitabilitas pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2016-2018

Profitabilitas merupakan rasio yang menunjukkan keberhasilan perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan. Rasio ini dimaksudkan untuk mengukur efisiensi penggunaan aktiva perusahaan (Fahmi, 2015:116). Penelitian ini menggunakan rasio *Return on Asset* (ROA), karena ROA menurut Munawir (2006: 91) dalam Putra dkk (2017) memiliki lebih banyak keunggulan daripada rasio profitabilitas lain. ROA dihitung dengan cara membagi pendapatan setelah pajak terhadap total aset. Untuk mengetahui data profitabilitas (ROA) perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2016-2018 dapat di lihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.5 Profitabilitas Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI
Periode 2016-2018**

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan	Profitabilitas		
			2016	2017	2018
1	AGII	Aneka Gas Industri Tbk.	0.011	0.015	0.017
2	AKPI	Argha Karya Prima Industry Tbk	0.020	0.005	0.021
3	ALDO	Alkindo Naratama Tbk.	0.061	0.058	0.081
4	ALKA	Alakasa Industrindo Tbk	0.004	0.050	0.035
5	ALMI	Alumindo Light Metal Industry	-0.046	0.004	0.002
6	AMFG	Asahimas Flat Glass Tbk.	0.047	0.006	0.001
7	APLI	Asiaplast Industries Tbk.	0.080	0.031	- 0.047
8	ARNA	Arwana Citramulia Tbk.	0.059	0.076	0.096
9	BAJA	Saranacentral Bajatama Tbk.	0.035	- 0.024	- 0.107
10	BTON	Betonjaya Manunggal Tbk.	- 0.034	0.062	0.128
11	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk	0.092	0.102	0.165
12	CPRO	Central Proteina Prima Tbk.	- 0.273	- 0.377	0.262
13	EKAD	Ekadharna International Tbk.	0.129	0.096	0.087
14	IGAR	Champion Pacific Indonesia Tbk	0.158	0.141	0.078
15	IMPC	Impack Pratama Industri Tbk.	0.055	0.040	0.045
16	INCI	Intanwijaya Internasional Tbk	0.037	0.054	0.043
17	INTP	Indocement Tunggal Prakarsa Tb	0.128	0.064	0.041
18	ISSP	Steel Pipe Industry of Indones	0.017	0.001	0.008
19	JPFA	Japfa Comfeed Indonesia Tbk.	0.113	0.053	0.098
20	KBRI	Kertas Basuki Rachmat Indonesia	- 0.081	- 0.107	- 0.118
21	KDSI	Kedawung Setia Industrial Tbk.	0.041	0.052	0.055
22	KIAS	Keramika Indonesia Assosiasi Tbk	- 0.136	- 0.048	- 0.046
23	LION	Lion Metal Works Tbk.	0.062	0.014	0.021
24	LMSH	Lionmesh Prima Tbk.	0.038	0.080	0.018
25	MAIN	Malindo Feedmill Tbk.	0.074	0.012	0.066
26	MLIA	Mulia Industrindo Tbk	0.001	0.009	0.055
27	SIPD	Sierad Produce Tbk.	0.005	- 0.158	0.012
28	SMCB	Solusi Bangun Indonesia Tbk.	- 0.014	- 0.039	- 0.044
29	SMGR	Semen Indonesia (Persero) Tbk.	0.103	0.042	0.060
30	SPMA	Suparma Tbk.	0.038	0.042	0.036
31	SRSN	Indo Acidatama Tbk	0.015	0.027	0.056
32	TIRT	Tirta Mahakam Resources Tbk	0.036	0.001	- 0.040
33	TOTO	Surya Toto Indonesia Tbk.	0.065	0.099	0.120
34	TRST	Trias Sentosa Tbk.	0.010	0.011	0.015
35	WSBP	Waskita Beton Precast Tbk.	0.046	0.067	0.072
36	WTON	Wijaya Karya Beton Tbk.	0.060	0.048	0.055
37	ASII	Astra International Tbk.	0.070	0.078	0.079

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan	Profitabilitas		
			2016	2017	2018
38	AUTO	Astra Otoparts Tbk.	0.033	0.037	0.043
39	BATA	Sepatu Bata Tbk.	0.052	0.063	0.077
40	BIMA	Primarindo Asia Infrastructure	0.189	0.177	0.024
41	HDTX	Panasia Indo Resources Tbk.	- 0.047	- 0.210	- 0.392
42	IMAS	Indomobil Sukses Internasional	- 0.012	- 0.002	0.002
43	INDS	Indospring Tbk.	0.020	0.047	0.045
44	JECC	Jembo Cable Company Tbk.	0.083	0.043	0.042
45	KBLI	KMI Wire & Cable Tbk.	0.179	0.119	0.073
46	KBLM	Kabelindo Murni Tbk.	0.033	0.036	0.031
47	PRAS	Prima Alloy Steel Universal Tb	- 0.002	- 0.002	0.004
48	RICY	Ricky Putra Globalindo Tbk	0.015	0.012	0.012
49	SCCO	Supreme Cable Manufacturing &	0.139	0.067	0.061
50	SMSM	Selamat Sempurna Tbk.	0.223	0.227	0.226
51	STAR	Star Petrochem Tbk.	0.001	0.001	0.000
52	UNIT	Nusantara Inti Corpora Tbk	0.002	0.002	0.001
53	VOKS	Voksel Electric Tbk.	0.096	0.079	0.042
54	ADES	Akasha Wira International Tbk.	0.073	0.046	0.060
55	ALTO	Tri Banyan Tirta Tbk.	- 0.023	- 0.057	- 0.030
56	BTEK	Bumi Teknokultura Unggul Tbk	0.0005	- 0.008	0.015
57	BUDI	Budi Starch & Sweetener Tbk.	0.013	0.016	0.015
58	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.	0.175	0.077	0.079
59	CINT	Chitose Internasional Tbk.	0.028	0.077	0.052
60	DVLA	Darya-Varia Laboratoria Tbk.	0.099	0.099	0.119
61	HMSP	H.M. Sampoerna Tbk.	0.300	0.294	0.291
62	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	0.126	0.112	0.136
63	INAF	Indofarma Tbk.	- 0.013	- 0.030	- 0.023
64	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.	0.064	0.058	0.051
65	KAEF	Kimia Farma (Persero) Tbk.	0.059	0.054	0.042
66	KICI	Kedaung Indah Can Tbk	0.003	0.053	- 0.006
67	KINO	Kino Indonesia Tbk.	0.055	0.034	0.042
68	KLBF	Kalbe Farma Tbk.	0.154	0.148	0.138
69	LMPI	Langgeng Makmur Industri Tbk.	0.009	- 0.037	- 0.059
70	MBTO	Martina Berto Tbk.	0.012	- 0.032	- 0.176
71	MGNA	Magna Investama Mandiri Tbk.	- 0.260	- 0.073	- 0.180
72	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk.	0.432	0.527	0.424
73	PSDN	Prasidha Aneka Niaga Tbk	- 0.056	0.047	- 0.067
74	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk.	0.096	0.030	0.029
75	SIDO	Industri Jamu dan Farmasi Sido	0.161	0.169	0.199
76	SKBM	Sekar Bumi Tbk.	0.023	0.016	0.009

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan	Profitabilitas		
			2016	2017	2018
77	TCID	Mandom Indonesia Tbk.	0.074	0.076	0.071
78	TSPC	Tempo Scan Pacific Tbk.	0.083	0.075	0.069
79	ULTJ	Ultra Jaya Milk Industry & Tra	0.167	0.137	0.126
80	UNVR	Unilever Indonesia Tbk.	0.382	0.370	0.467
81	WIIM	Wismilak Inti Makmur Tbk.	0.099	0.033	0.041

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Dari data di atas dapat diketahui bahwa untuk tahun 2016 terdapat 13 perusahaan atau 16% perusahaan yang memiliki nilai profitabilitas minus atau mengalami kerugian, dan sisanya yaitu 68 perusahaan atau 84% perusahaan tidak mengalami kerugian.

Pada tahun 2017 terdapat 15 perusahaan atau 19% perusahaan yang mengalami kerugian, sedangkan 66 perusahaan atau 81% perusahaan tidak mengalami kerugian. Hal ini mengindikasikan bahwa tahun 2017 terdapat penambahan sebanyak 2 perusahaan atau naik sekitar 3% dalam kategori perusahaan yang tidak mengalami kerugian.

Pada tahun 2018 terdapat 8 perusahaan atau 10% perusahaan yang mengalami kerugian, sedangkan 73 perusahaan atau 90% perusahaan tidak mengalami kerugian. Hal ini mengindikasikan bahwa tahun 2018 terdapat penambahan sebanyak 7 perusahaan atau naik sekitar 9% dalam kategori perusahaan yang tidak mengalami kerugian.

Adapun gambaran mengenai hasil nilai statistik deskriptif dari variabel Profitabilitas (ROA) dengan menggunakan bantuan SPSS versi 22.0 dapat dilihat pada tabel 4.6 berikut ini:

Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Profitabilitas Manufaktur Periode 2016-2018

Item	Periode Pengamatan			
	2016	2017	2018	2016-2018
N	81	81	81	243

Terendah	-0,272	-0,377	-0,392	-0,392
Tertinggi	0,432	0,527	0,467	0,527
Rata-Rata	0,055	0,046	0,046	0,049
Std Deviasi	0,114	0,103	0,117	0,111

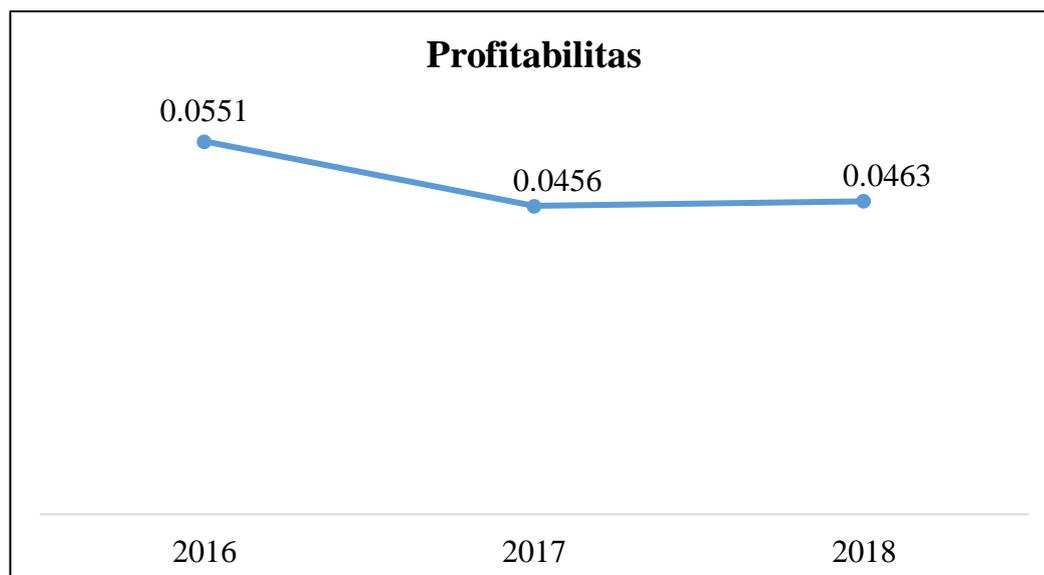
Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2019

Berdasarkan hasil pengolahan data, diketahui pada tahun 2016 profitabilitas terendah adalah sebesar -0,272 terdapat pada perusahaan Central Proteina Prima Tbk. (CPRO), sedangkan tertinggi sebesar 0,432 pada perusahaan Multi Bintang Indonesia Tbk. (MLBI). Rata – rata profitabilitas pada tahun 2016 dari 81 perusahaan manufaktur yang diteliti adalah sebesar 0,055. Standar deviasi pada tahun 2016 adalah 0.114.

Pada tahun 2017 profitabilitas terendah adalah sebesar -0,377 terdapat pada perusahaan Central Proteina Prima Tbk. (CPRO), sedangkan tertinggi sebesar 0,528 pada perusahaan Multi Bintang Indonesia Tbk. (MLBI). Rata – rata profitabilitas pada tahun 2017 dari 81 perusahaan manufaktur yang diteliti adalah sebesar 0,046. Standar deviasi pada tahun 2017 adalah 0,103.

Pada tahun 2018 profitabilitas terendah adalah sebesar -0,392 terdapat pada perusahaan Panasia Indo Resources Tbk. (HDTX), sedangkan tertinggi sebesar 0,467 pada perusahaan Unilever Indonesia Tbk. (UNVR). Rata – rata profitabilitas pada tahun 2018 dari 81 perusahaan manufaktur yang diteliti adalah sebesar 0,046. Standar deviasi pada tahun 2018 adalah 0,117.

Selama tahun 2016-2018 rata-rata profitabilitas pada 81 perusahaan manufaktur yang diteliti adalah sebesar 0,049. Rata-rata standar deviasi pada tahun 2016 adalah 0.111. Pertumbuhan profitabilitas selama periode pengamatan dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Gambar 4.3 Rata-Rata Profitabilitas Perusahaan Manufaktur Periode 2016-2018

4.1.1.4 Gambaran Ukuran Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2016-2018

Ukuran perusahaan merupakan skala yang digunakan dalam menentukan besar kecilnya suatu perusahaan (Kinasih dkk, 2012). Pada penelitian ini penulis menggunakan log total asset yang dimiliki perusahaan sebagai dasar acuan ukuran perusahaan (Janra, 2015). Untuk mengetahui data ukuran perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2016-2018 dapat di lihat pada tabel berikut:

Tabel 4.7 Ukuran Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2016-2018

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan	Ukuran Perusahaan					
			2016		2017		2018	
			Total Asset (Miliar Rp)	Log Total Asset	Total Asset (Miliar Rp)	Log Total Asset	Total Asset (Miliar Rp)	Log Total Asset
1	AGII	Aneka Gas Industri Tbk.	5,848	29.40	6,404	29.49	6,648	29.53
2	AKPI	Argha Karya Prima Industry Tbk	2,616	28.59	2,745	28.64	3,070	28.75
3	ALDO	Alkindo Naratama Tbk.	410	26.74	499	26.94	526	26.99

No	Kode Perusa-haan	Nama Perusahaan	Ukuran Perusahaan					
			2016		2017		2018	
			Total Asset (Miliar Rp)	Log Total Asset	Total Asset (Miliar Rp)	Log Total Asset	Total Asset (Miliar Rp)	Log Total Asset
4	ALKA	Alakasa Industrindo Tbk	137	25.64	305	26.44	649	27.20
5	ALMI	Alumindo Light Metal Industry	2,153	28.40	2,376	28.50	2,782	28.65
6	AMFG	Asahimas Flat Glass Tbk.	5,505	29.34	6,268	29.47	8,433	29.76
7	APLI	Asiaplast Industries Tbk.	314	26.47	399	26.71	503	26.94
8	ARNA	Arwana Citramulia Tbk.	1,543	28.06	1,601	28.10	1,653	28.13
9	BAJA	Saranacentral Bajatama Tbk.	983	27.61	946	27.58	901	27.53
10	BTON	Betonjaya Manunggal Tbk.	177	25.90	184	25.94	217	26.10
11	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk	24,205	30.82	24,523	30.83	27,645	30.95
12	CPRO	Central Proteina Prima Tbk.	7,323	29.62	7,007	29.58	6,572	29.51
13	EKAD	Ekadharma International Tbk.	703	27.28	797	27.40	853	27.47
14	IGAR	Champion Pacific Indonesia Tbk	439	26.81	513	26.96	570	27.07
15	IMPC	Impack Pratama Industri Tbk.	2,276	28.45	2,295	28.46	2,370	28.49
16	INCI	Intanwijaya Internasional Tbk	269	26.32	304	26.44	391	26.69
17	INTP	Indocement Tunggal Prakarsa Tb	30,151	31.04	28,864	30.99	27,789	30.96
18	ISSP	Steel Pipe Industry Of Indones	6,042	29.43	6,269	29.47	6,494	29.50
19	JPFA	Japfa Comfeed Indonesia Tbk.	19,251	30.59	21,089	30.68	23,038	30.77
20	KBRI	Kertas Basuki Rachmat Indonesia	1,264	27.87	1,171	27.79	1,059	27.69
21	KDSI	Kedawung Setia Industrial Tbk.	1,142	27.76	1,328	27.91	1,391	27.96
22	KIAS	Keramika Indonesia Assosiasi Tbk	1,860	28.25	1,768	28.20	1,704	28.16
23	LION	Lion Metal Works Tbk.	686	27.25	682	27.25	696	27.27
24	LMSH	Lionmesh Prima Tbk	163	25.82	161	25.81	160	25.80

No	Kode Perusa-haan	Nama Perusahaan	Ukuran Perusahaan					
			2016		2017		2018	
			Total Asset (Miliar Rp)	Log Total Asset	Total Asset (Miliar Rp)	Log Total Asset	Total Asset (Miliar Rp)	Log Total Asset
25	MAIN	Malindo Feedmill Tbk.	3,920	29.00	4,072	29.04	4,336	29.10
26	MLIA	Mulia Industrindo Tbk	7,724	29.68	5,187	29.28	3,432	28.86
27	SIPD	Sierad Produce Tbk.	2,567	28.57	2,240	28.44	2,188	28.41
28	SMCB	Solusi Bangun Indonesia Tbk.	19,763	30.61	19,626	30.61	18,667	30.56
29	SMGR	Semen Indonesia (Persero) Tbk.	44,227	31.42	48,964	31.52	51,156	31.57
30	SPMA	Suparma Tbk.	2,159	28.40	2,176	28.41	2,283	28.46
31	SRSN	Indo Acidatama Tbk	717	27.30	653	27.20	687	27.26
32	TIRT	Tirta Mahakam Resources Tbk	816	27.43	859	27.48	923	27.55
33	TOTO	Surya Toto Indonesia Tbk.	2,581	28.58	2,826	28.67	2,897	28.69
34	TRST	Trias Sentosa Tbk.	3,291	28.82	3,333	28.83	4,285	29.09
35	WSBP	Waskita Beton Precast Tbk.	13,734	30.25	14,920	30.33	15,222	30.35
36	WTON	Wijaya Karya Beton Tbk.	4,662	29.17	7,068	29.59	8,882	29.82
37	ASII	Astra International Tbk.	261,855	33.20	295,830	33.32	344,711	33.47
38	AUTO	Astra Otoparts Tbk.	14,612	30.31	14,762	30.32	15,890	30.40
39	BATA	Sepatu Bata Tbk.	805	27.41	856	27.48	877	27.50
40	BIMA	Primarindo Asia Infrastructure	92	25.25	89	25.22	98	25.31
41	HDTX	Panasia Indo Resources Tbk.	4,744	29.19	4,035	29.03	587	27.10
42	IMAS	Indomobil Sukses Internasional	25,633	30.87	31,440	31.08	40,956	31.34
43	INDS	Indospring Tbk.	2,477	28.54	2,435	28.52	2,482	28.54
44	JECC	Jembo Cable Company Tbk.	1,587	28.09	1,928	28.29	2,082	28.36
45	KBLI	Kmi Wire & Cable Tbk.	1,871	28.26	3,014	28.73	3,245	28.81
46	KBLM	Kabelindo Murni Tbk.	639	27.18	1,235	27.84	1,298	27.89
47	PRAS	Prima Alloy Steel Universal Tb	1,596	28.10	1,542	28.06	1,636	28.12
48	RICY	Ricky Putra Globalindo Tbk	944	27.57	1,374	27.95	1,540	28.06

No	Kode Perusa-haan	Nama Perusahaan	Ukuran Perusahaan					
			2016		2017		2018	
			Total Asset (Miliar Rp)	Log Total Asset	Total Asset (Miliar Rp)	Log Total Asset	Total Asset (Miliar Rp)	Log Total Asset
49	SCCO	Supreme Cable Manufacturing &	2,450	28.53	4,014	29.02	4,165	29.06
50	SMSM	Selamat Sempurna Tbk.	2,255	28.44	2,443	28.52	2,801	28.66
51	STAR	Star Petrochem Tbk.	690	27.26	615	27.14	616	27.15
52	UNIT	Nusantara Inti Corpora Tbk	433	26.79	426	26.78	420	26.76
53	VOKS	Voksel Electric Tbk.	1,668	28.14	2,110	28.38	2,485	28.54
54	ADES	Akasha Wira International Tbk.	767	27.37	840	27.46	881	27.50
55	ALTO	Tri Banyan Tirta Tbk.	1,165	27.78	1,109	27.73	1,110	27.74
56	BTEK	Bumi Teknokultura Unggul Tbk	4,880	29.22	5,306	29.30	5,165	29.27
57	BUDI	Budi Starch & Sweetener Tbk.	2,932	28.71	2,939	28.71	3,393	28.85
58	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.	1,426	27.99	1,393	27.96	1,169	27.79
59	CINT	Chitose Internasional Tbk.	491	26.92	383	26.67	399	26.71
60	DVLA	Darya-Varia Laboratoria Tbk.	1,531	28.06	1,641	28.13	1,683	28.15
61	HMSP	H.M. Sampoerna Tbk.	42,508	31.38	43,141	31.40	46,602	31.47
62	ICBP	Indofood Cbp Sukses Makmur Tbk	28,902	30.99	31,620	31.08	34,367	31.17
63	INAF	Indofarma Tbk.	1,382	27.95	1,530	28.06	1,442	28.00
64	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.	82,175	32.04	88,401	32.11	96,538	32.20
65	KAEF	Kimia Farma (Persero) Tbk.	4,613	29.16	6,096	29.44	9,460	29.88
66	KICI	Kedaung Indah Can Tbk	140	25.66	149	25.73	154	25.76
67	KINO	Kino Indonesia Tbk.	3,285	28.82	3,238	28.81	3,592	28.91
68	KLBF	Kalbe Farma Tbk.	15,226	30.35	16,616	30.44	18,146	30.53
69	LMPI	Langgeng Makmur Industri Tbk.	810	27.42	835	27.45	787	27.39
70	MBTO	Martina Berto Tbk.	710	27.29	781	27.38	648	27.20
71	MGNA	Magna Investama Mandiri Tbk.	267	26.31	226	26.14	204	26.04

No	Kode Perusa-haan	Nama Perusahaan	Ukuran Perusahaan					
			2016		2017		2018	
			Total Asset (Miliar Rp)	Log Total Asset	Total Asset (Miliar Rp)	Log Total Asset	Total Asset (Miliar Rp)	Log Total Asset
72	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk.	2,275	28.45	2,510	28.55	2,890	28.69
73	PSDN	Prasidha Aneka Niaga Tbk	654	27.21	691	27.26	698	27.27
74	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk.	2,920	28.70	4,560	29.15	4,394	29.11
75	SIDO	Industri Jamu Dan Farmasi Sido	2,988	28.73	3,158	28.78	3,338	28.84
76	SKBM	Sekar Bumi Tbk.	1,002	27.63	1,623	28.12	1,771	28.20
77	TCID	Mandom Indonesia Tbk.	2,185	28.41	2,362	28.49	2,445	28.53
78	TSPC	Tempo Scan Pacific Tbk.	6,586	29.52	7,435	29.64	7,870	29.69
79	ULTJ	Ultra Jaya Milk Industry & Tra	4,239	29.08	5,176	29.28	5,556	29.35
80	UNVR	Unilever Indonesia Tbk.	16,746	30.45	18,906	30.57	19,523	30.60
81	WIIM	Wismilak Inti Makmur Tbk.	1,354	27.93	1,226	27.83	1,256	27.86

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Menurut UU No. 20 Tahun 2008, perusahaan dapat digolongkan menjadi 4 kelompok berdasarkan ukurannya, yaitu perusahaan mikro, perusahaan kecil, perusahaan menengah dan perusahaan besar.

Perusahaan mikro memiliki total aset \leq Rp. 50.000.000,- (log total aset \leq 7,7), perusahaan kecil memiliki aset Rp. 50.000.000,- s/d Rp. 500.000.000,- (log total aset 7,7 – 8,7), perusahaan menengah memiliki aset Rp. Rp. 500.000.000,- s/d Rp. 10.000.000.000,- (log total aset 8,7 – 10), sedangkan perusahaan besar memiliki aset \geq Rp. 10.000.000.000,- (log total aset \geq 10).

Pada tahun 2016, 2017 dan 2018 tidak terdapat perusahaan yang memiliki nilai log total aset $<$ 10, yang artinya semua perusahaan manufaktur yang diteliti termasuk ke dalam kategori perusahaan besar.

Adapun gambaran mengenai hasil nilai statistik deskriptif dari variabel ukuran perusahaan dengan menggunakan bantuan SPSS versi 22.0 dapat dilihat pada tabel 4.8 berikut ini:

Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Ukuran Perusahaan Manufaktur Periode 2016-2018

Item	Periode Pengamatan			
	2016	2017	2018	2016-2018
n	81	81	81	243
Terendah	25,246	25,216	25,310	25,216
Tertinggi	33,199	33,321	33,474	33,474
Rata-Rata	28,461	28,547	28,585	28,531
Std Deviasi	1,55	1,54	1,56	1,55

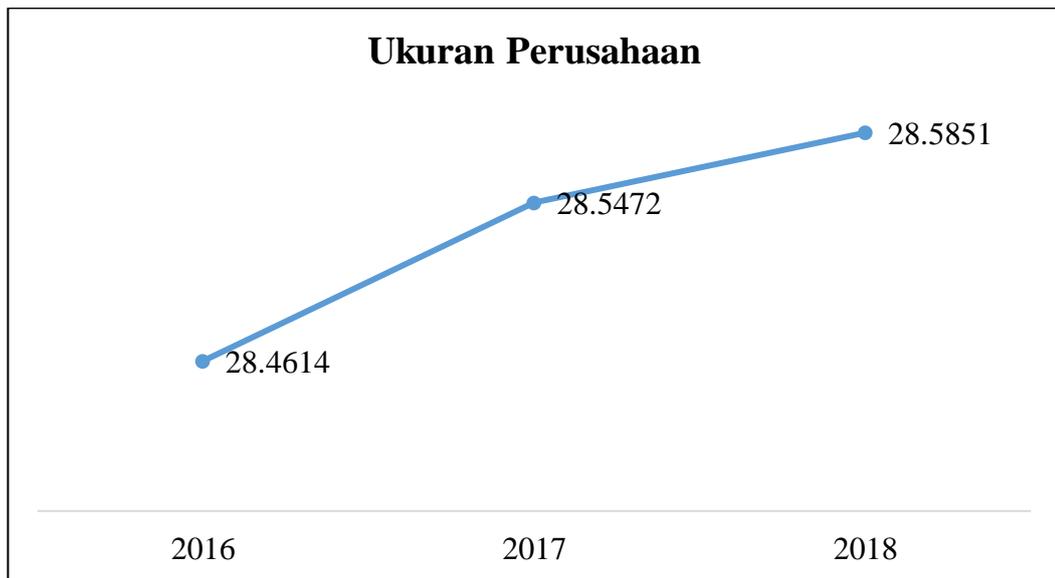
Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2019

Berdasarkan hasil pengolahan data, diketahui pada tahun 2016 ukuran perusahaan terendah adalah sebesar 25,246 terdapat pada perusahaan Primarindo Asia Infrastructure (BIMA), sedangkan tertinggi sebesar 33,199 pada perusahaan Astra International Tbk. (ASII). Rata – rata ukuran perusahaan pada tahun 2016 dari 81 perusahaan manufaktur yang diteliti adalah sebesar 28,461. Standar deviasi pada tahun 2016 adalah 1,55.

Pada tahun 2017 ukuran perusahaan terendah adalah sebesar 25,216 terdapat pada perusahaan Primarindo Asia Infrastructure (BIMA), sedangkan tertinggi sebesar 33,321 pada perusahaan Astra International Tbk. (ASII). Rata – rata ukuran perusahaan pada tahun 2017 dari 81 perusahaan manufaktur yang diteliti adalah sebesar 28,585. Standar deviasi pada tahun 2017 adalah 1,54.

Pada tahun 2018 ukuran perusahaan terendah adalah sebesar 25,310 terdapat pada perusahaan Primarindo Asia Infrastructure (BIMA), sedangkan tertinggi sebesar 33,474 pada perusahaan Astra International Tbk. (ASII). Rata – rata ukuran perusahaan pada tahun 2018 dari 81 perusahaan manufaktur yang diteliti adalah sebesar 28,585. Standar deviasi pada tahun 2018 adalah 1,56.

Selama tahun 2016-2018 rata-rata ukuran perusahaan pada 81 perusahaan manufaktur yang diteliti adalah sebesar 28,531. Rata-rata standar deviasi pada tahun 2016-2018 adalah 1,55. Pertumbuhan ukuran perusahaan selama periode pengamatan dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Gambar 4.4 Rata-Rata Ukuran Perusahaan Manufaktur Periode 2016-2018

4.1.2 Uji Asumsi Klasik

4.1.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Apabila asumsi dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang berdistributif normal. Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak dilakukan uji statistik *kolmogornov-smirnov* (Ghozali, 2016:159).

Dalam uji normalitas data, keputusan diambil berdasarkan dan signifikansi yang ditetapkan sebesar 5% atau 0,05 sehingga dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

1. Angka signifikansi uji *kolmogorov-smirnov* Sig. > 0.05 menunjukkan data berdistributif normal.
2. Angka signifikansi uji *kolmogorov-smirnov* Sig. < 0,05 menunjukkan data tidak berdistributif normal.

Tabel 4.9 Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		243
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,20445889
	Most Extreme Differences	
	Absolute	,061
	Positive	,061
	Negative	-,045
Kolmogrov-Smirnov Z		,061
Asymp. Sig. (2-tailed)		,082
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2019

Hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,082 > 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa data residual berdistribusi normal sehingga model regresi memenuhi asumsi normalitas.

4.1.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi diantara variabel bebas. Untuk menguji

multikolinearitas dengan cara melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF) masing-masing variabel independen. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel bebas yang tidak dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/tolerance$). Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$ (Ghozali, 2016: 105). Dari pengolahan data yang telah dilakukan, maka hasil uji multikolinearitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4.10 Uji Multikolinearitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-5,720	1,132			
	CSR	-,053	,106	-,034	,755	1,324
	Profitabilitas	,195	,027	,441	,942	1,062
	Ukuran Perusahaan	4,161	,768	,362	,789	1,267
a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan						

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2019

Hasil pengujian menunjukkan nilai *tolerance* seluruh variabel independen $> 0,10$ dan $VIF < 10$ yang menunjukkan tidak adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen. Dengan demikian, model regresi telah memenuhi asumsi multikolinearitas.

4.1.2.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika *variance* dari residual satu ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang

baik adalah model yang tidak terjadi heterokedastisitas (Ghozali, 2016:139). Dalam penelitian ini untuk menguji adanya terjadi heterokedastisitas dapat dilihat dengan uji *Glejser*. Dari pengolahan data yang telah dilakukan, maka hasil uji heterokedastisitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4.11 Uji Heterokedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,155	,649		1,779	,077
	CSR	,113	,061	,154	1,855	,065
	Profitabilitas	,020	,016	,095	1,274	,204
	Ukuran Perusahaan	-,638	,440	-,118	-1,448	,149

a. Dependent Variable: AbsRes

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2019

Hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi pengaruh seluruh variabel independen terhadap nilai absolut residual $> 0,05$ yang menunjukkan model telah memenuhi asumsi heterokedastisitas.

4.1.2.4 Uji Autokolerasi

Uji autokolerasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada kolerasi antara kesalahan pengguna pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi kolerasi maka dinamakan ada problem autokolerasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokolerasi (Ghazali, 2016: 110). Uji autokolerasi dalam penelitian ini menggunakan uji Durbin Watson (*DW test*) dengan kriteria sebagai berikut:

1. $DU < DW < 4 - DU$, artinya tidak terjadi autokolerasi.
2. $DW < DL$ atau $DW > 4 - DL$, artinya terjadi autokolerasi.

Tabel 4.12 Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,590 ^a	,348	,337	,20611	2,102
a. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, CSR					
b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan					

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2019

Hasil pengujian menunjukkan nilai Durbin Watson sebesar 2,102. Nilai tersebut berada dalam rentang $2 < d < 4 - dU$ ($2 < 2,102 < 2,206$) yang berarti tidak terdapat autokorelasi. Dengan demikian, model regresi telah memenuhi asumsi autokorelasi.

4.1.3 Pengujian Hipotesis

4.1.3.1 Moderated Regression Analysis (MRA)

Moderated Regression Analysis (MRA) atau uji interaksi merupakan aplikasi khusus dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen) (Ghozali, 2016:94). Dalam penelitian ini terdapat 4 variabel, dimana 1 variabel merupakan variabel bebas yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR), 1 variabel terikat yaitu nilai perusahaan, dan 2 variabel moderating yaitu profitabilitas dan ukuran perusahaan. MRA dinyatakan dalam bentuk regresi berganda dengan persamaan mirip regresi polynomial yang menggambarkan pengaruh nonlinier yang dinyatakan dalam bentuk model persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X + \beta_2 Z_1 + \beta_3 Z_2 + \beta_4 X Z_1 + \beta_5 X Z_2 + \varepsilon$$

Y = Nilai Perusahaan

α = Konstanta, besar nilai Y, jika $X = 0$

$\beta_1 - \beta_5$ = Koefisien regresi yaitu menyatakan perubahan nilai Y apabila terjadi perubahan nilai X

- X = *Corporate Social Responsibility (CSR)*
- Z₁ = Profitabilitas
- Z₂ = Ukuran Perusahaan
- XZ₁ = Interaksi antara CSR dan Profitabilitas
- XZ₂ = Interaksi antara CSR dan Ukuran Perusahaan
- ε = *Error term*, yaitu tingkat kesalahan penduga dalam penelitian

Tabel 4.13 Analisis Regresi Moderasi

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	-5,610	2,226	
	CSR	-2,139	6,558	-1,377
	Profitabilitas	,313	,065	,707
	Ukuran Perusahaan	4,211	1,503	,367
	M1_Profitabilitas	,361	,181	,522
	M2_SIZE	1,850	4,484	1,713

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2019

Berdasarkan nilai koefisien regresi pada tabel 4.13, dapat disusun persamaan model regresi sebagai berikut :

$$Y = -5,610 - 2,139X + 0,313Z_1 + 4,211Z_2 + 0,361XZ_1 + 1,850XZ_2$$

Interpretasi persamaan model regresi di atas adalah sebagai berikut:

1. α = -5,610 artinya apabila tidak terdapat pengaruh dari CSR, profitabilitas, ukuran perusahaan, serta interaksi antara CSR dengan profitabilitas dan CSR dengan ukuran perusahaan, maka nilai perusahaan akan bernilai -5,610.
2. Koefisien regresi X sebesar -2,139 artinya pengungkapan CSR memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, dimana setiap peningkatan jumlah item pengungkapan CSR sebesar satu satuan sementara variabel lainnya bernilai 0, maka nilai perusahaan akan menurun sebesar 2,139 satuan.

3. Koefisien regresi Z_1 sebesar 0,313 artinya profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dimana setiap peningkatan profitabilitas sebesar satu satuan sementara variabel lainnya bernilai 0, maka nilai perusahaan akan meningkat sebesar 0,313 satuan.
4. Koefisien regresi Z_2 sebesar 4,211 artinya ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dimana setiap peningkatan ukuran perusahaan sebesar satu satuan sementara variabel lainnya bernilai 0, maka nilai perusahaan akan meningkat sebesar 4,211 satuan.
5. Koefisien regresi XZ_1 sebesar 0,361 artinya interaksi antara pengungkapan CSR dengan profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dimana setiap interaksi antara pengungkapan CSR dengan profitabilitas sebesar satu satuan sementara variabel lainnya bernilai 0, maka nilai perusahaan akan meningkat sebesar 0,361 satuan.
6. Koefisien regresi XZ_2 sebesar 1,850 artinya interaksi antara pengungkapan CSR dengan ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dimana setiap interaksi antara pengungkapan CSR dengan ukuran perusahaan sebesar satu satuan sementara variabel lainnya bernilai 0, maka nilai perusahaan akan meningkat sebesar 1,850 satuan.

4.1.3.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai koefisien determinasi yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-

variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghazali, 2016: 125). Dari pengolahan data yang telah dilakukan, maka hasil uji koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.14 Koefisien Determinasi Simultan
Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,603 ^a	,363	,346	,20481
a. Predictors: (Constant), M1_SIZE, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, M1_Profitabilitas, CSR				

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2019

Nilai *Adjusted Rsquare* sebesar 0,346 berada dalam kategori pengaruh yang lemah. Pengungkapan CSR, profitabilitas, ukuran perusahaan, serta interaksi antara pengungkapan CSR dengan profitabilitas dan ukuran perusahaan mampu menjelaskan sebesar 34,6% perubahan-perubahan pada nilai perusahaan, sedangkan 65,4% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

4.1.3.3 Uji t (*Partial Individual Test*)

Uji signifikansi (*t-test*) digunakan untuk analisis atau pengujian hipotesis bila peneliti bermaksud mengetahui pengaruh atau hubungan variabel independen dengan dependen, dimana salah satu variabel independennya dikendalikan (dibuat tetap) (Sugiyono, 2016:193). Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,05 ($\alpha = 5\%$). Adapun perumusan hipotesis sebagai berikut:

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

H₂ : Profitabilitas dapat memoderasi hubungan antara pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan nilai perusahaan.

H₃ : Ukuran perusahaan dapat memoderasi hubungan antara pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan nilai perusahaan.

Nilai t_{tabel} dengan probabilitas 5% (0,05) dan derajat kebebasan (df) sebesar 239 adalah 1,969. Nilai t_{hitung} dan signifikansi hasil uji regresi parsial dapat dilihat pada tabel 4.15 berikut ini:

Tabel 4.15 Hasil Uji Parsial

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-5,610	2,226		-2,520	,013
	CSR	-2,139	6,558	-1,377	-,326	,745
	Profitabilitas	,313	,065	,707	4,785	,000
	Ukuran Perusahaan	4,211	1,503	,367	2,802	,006
	M1_Profitabilitas	,361	,181	,522	1,997	,047
	M1_Ukuran Perusahaan	1,850	4,484	1,713	,413	,680
a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan						

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2019

Berdasarkan hasil pengujian yang ditampilkan pada tabel 4.15, berikut adalah interpretasi hasil uji parsial:

1. Hipotesis 1

Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan memiliki $t_{hitung} < t_{tabel}$ (-0,326 < 1,969) dengan signifikansi 0,745 > 0,05. Dengan demikian H₁ ditolak, artinya terdapat pengaruh yang tidak signifikan dari pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.

2. Hipotesis 2

Pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi oleh profitabilitas memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$ (1,997 > 1,969) dengan signifikansi 0,047 < 0,05. Dengan demikian H₂ diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan

dari pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi oleh profitabilitas. Hasil tersebut menjelaskan bahwa profitabilitas terbukti dapat memoderasi pengaruh dari pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.

3. Hipotesis 3

Pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi oleh ukuran perusahaan memiliki $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,413 < 1,969$) dengan signifikansi $0,680 > 0,05$. Dengan demikian H_3 ditolak, artinya terdapat pengaruh yang tidak signifikan dari pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi oleh ukuran perusahaan. Hasil tersebut menjelaskan bahwa ukuran perusahaan terbukti tidak dapat memoderasi pengaruh dari pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.

4.1.3.4 Uji F (*Overall Significance Test*)

Uji signifikansi terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), profitabilitas dan ukuran perusahaan secara bersamaan (simultan) dilakukan dengan uji F. Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama atau secara simultan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2016:99). Adapun perumusan hipotesis sebagai berikut:

1. $H_0 : \beta = 0$

Pengungkapan CSR, profitabilitas dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan secara simultan terhadap nilai perusahaan.

2. $H_a : \beta \neq 0$

Pengungkapan CSR, profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap nilai perusahaan.

Hipotesis di atas akan diuji berdasarkan daerah penerimaan dan penolakan dengan menggunakan *significance level* 0,05 ($\alpha = 5\%$).

Nilai F_{hitung} dan signifikansi hasil uji regresi simultan dapat dilihat pada tabel 4.16 berikut ini:

Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Simultan
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4,376	5	,875	20,862	,000 ^b
	Residual	7,676	183	,042		
	Total	12,052	188			
a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan						
b. Predictors: (Constant), M1_SIZE, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, M1_Profitabilitas, CSR						

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2019

Berdasarkan tabel 4.16 di atas, diketahui bahwa nilai F_{hitung} yang diperoleh sebesar 20,862. Nilai F_{tabel} dengan probabilitas 5% (0,05) serta derajat bebas pembilang (df1) sebesar 2 dan derajat bebas penyebut (df2) sebesar 240 adalah 3,033. Hasil pengujian diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($20,862 > 3,033$) dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka dari itu, H_a diterima dimana hasil tersebut menunjukkan secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan dari pengungkapan CSR, profitabilitas, ukuran perusahaan serta interaksi antara pengungkapan CSR dengan profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2016-2018

Berdasarkan hasil penelitian bahwa tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) untuk perusahaan manufaktur periode 2016-2018 mengalami peningkatan setiap tahunnya walaupun pengungkapan CSRnya masih rendah. Tahun 2016, sebanyak 66 perusahaan atau sekitar 81% perusahaan masih memiliki pengungkapan CSR di bawah 56 item. Tahun 2017, sebanyak 59 perusahaan atau sekitar 73% perusahaan masih memiliki pengungkapan CSR di bawah 56 item, hal ini juga menunjukkan adanya kenaikan 8% dari tahun sebelumnya untuk perusahaan yang mengungkapkan CSRnya lebih dari 56 item. Tahun 2018, sebanyak 56 perusahaan atau sekitar 69% perusahaan yang memiliki pengungkapan CSR di bawah 56 item, walaupun terdapat kenaikan dari tahun 2017, namun kenaikan yang terjadi hanya 4%. Rata-rata pengungkapan CSR untuk 3 tahun pada seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016-2018 adalah 51,7% atau sekitar 43 item.

Setiap tahun, perusahaan yang mengungkapkan CSR paling rendah adalah perusahaan Ricky Putra Globalindo, Tbk (RICY) dengan rata-rata pengungkapan selama 3 tahun adalah 14,29% atau hanya 12 item pengungkapan, sedangkan perusahaan yang pengungkapannya paling tinggi adalah perusahaan Kimia Farma (Persero) Tbk. (KAEF) dengan rata-rata pengungkapan selama 3 tahun adalah 93% atau 78 item pengungkapan. Rata-rata pengungkapan CSR untuk 3 tahun tersebut adalah 51,7% atau sekitar 43 item.

Dari hasil penelitian, pengungkapan yang jarang diungkapkan oleh perusahaan dalam laporan tahunan adalah indikator kinerja lingkungan, indikator tenaga kerja, dan indikator hak asasi manusia. Sedangkan indikator kinerja sosial adalah indikator yang selalu ada dalam laporan tahunan perusahaan, walaupun pengungkapannya tidak sesuai dengan *Global Reporting Initiatives (GRI) guidelines*.

4.2.2 Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2016-2018

Berdasarkan hasil penelitian, nilai perusahaan manufaktur dari tahun 2016-2018 semakin meningkat setiap tahunnya. Pada tahun 2016, perusahaan yang memiliki nilai > 1 adalah sebanyak 46 perusahaan atau 57%. Nilai perusahaan terendah adalah sebesar 0,304 yang terdapat pada perusahaan Intanwijaya Internasional Tbk. (INCI), sedangkan nilai perusahaan tertinggi sebesar 18,398 terdapat pada perusahaan Unilever Indonesia Tbk. (UNVR). Pada tahun 2017, perusahaan yang memiliki nilai > 1 sama seperti tahun sebelumnya atau tidak ada perubahan. Nilai perusahaan terendah adalah sebesar 0,360 yang terdapat pada perusahaan Intanwijaya Internasional Tbk. (INCI), sedangkan nilai perusahaan tertinggi sebesar 23,286 pada perusahaan Unilever Indonesia Tbk. (UNVR). Pada tahun 2018, perusahaan yang memiliki nilai > 1 adalah sebanyak 47 perusahaan atau 58%. Hal ini dapat mengindikasikan bahwa nilai perusahaan manufaktur dari tahun 2016-2018 tinggi, namun tidak ada perubahan yang signifikan setiap tahun. Nilai perusahaan terendah adalah sebesar 0,435 terdapat pada perusahaan Wismilak Inti Makmur Tbk. (WIIM), sedangkan nilai perusahaan tertinggi sebesar 18,355 terdapat pada perusahaan Unilever Indonesia Tbk. (UNVR).

Selama tahun 2016-2018 rata-rata nilai perusahaan pada 81 perusahaan manufaktur yang diteliti adalah sebesar 1,957 (>1). Nilai perusahaan tinggi karena nilai pasar ekuitas setiap perusahaan manufaktur terbilang tinggi. Dari hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa rata-rata perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016-2018 memiliki nilai perusahaan yang tinggi.

4.2.3 Profitabilitas pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2016-2018

Berdasarkan hasil penelitian bahwa rata-rata tingkat profitabilitas yang diproyeksikan oleh *Return on Assets* (ROA) mengalami penurunan dari tahun 2016 ke 2017 dan cenderung stagnan dari 2017 ke 2018. Pada tahun 2016 terdapat 16% perusahaan yang mengalami kerugian seperti perusahaan Central Proteina Prima Tbk. (CPRO) yang memiliki nilai profitabilitas terendah dengan nilai profitabilitas -0,272, nilai profitabilitas tertinggi terdapat di perusahaan Multi Bintang Indonesia Tbk (MLBI) dengan nilai profitabilitas 0,432. Pada tahun 2017 terdapat 19% perusahaan yang mengalami kerugian, perusahaan dengan nilai profitabilitas terendah masih ada di perusahaan Central Proteina Prima Tbk. (CPRO) dengan nilai profitabilitas -0,377 dan perusahaan dengan nilai profitabilitas tertinggi ada di perusahaan Bintang Indonesia Tbk (MLBI) dengan nilai profitabilitas 0,528. Pada tahun 2018 terdapat 10% perusahaan yang mengalami kerugian, nilai profitabilitas terendah ada pada perusahaan Panasia Indo Resource Tbk. (HDTX) dengan nilai profitabilitas -0,392, sedangkan nilai profitabilitas tertinggi sebesar 0,467 terdapat pada perusahaan Unilever Indonesia Tbk (UNVR).

Faktor yang mempengaruhi nilai profitabilitas pada perusahaan manufaktur adalah pendapatan setelah pajak, karena beberapa perusahaan mengalami kerugian sehingga nilai profitabilitasnya minus. Rata-rata nilai profitabilitas perusahaan manufaktur dari tahun 2016-2017 adalah sebesar 4,9%, yang artinya untuk setiap Rp 1 aset yang digunakan hanya dapat menghasilkan Rp. 0,049 laba bersih. Hasil ini terbilang kecil karena laba bersih yang dihasilkan tidak dapat mengembalikan pendanaan yang diberikan oleh perusahaan. Maka, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2016-2018 tidak begitu memuaskan bagi perusahaan.

4.2.4 Ukuran Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2016-2018

Berdasarkan hasil penelitian, ukuran perusahaan manufaktur tahun 2016-2017 termasuk ke dalam kategori perusahaan besar. Pada tahun 2016, 2017 dan 2018 tidak terdapat perusahaan yang memiliki nilai < 10 , yang artinya semua perusahaan manufaktur yang diteliti termasuk ke dalam kategori perusahaan besar. Setiap tahun, perusahaan yang memiliki ukuran perusahaan paling kecil adalah perusahaan Primarindo Asia Infrastruktur (BIMA) dengan rata-rata ukuran perusahaannya sebesar 25,216, sedangkan ukuran perusahaan terbesar ada di perusahaan Astra Internasional Tbk (ASII) dengan rata-rata ukuran perusahaan 33,474.

Selama tahun 2016-2018 rata-rata ukuran perusahaan pada 81 perusahaan manufaktur yang diteliti adalah sebesar 28,531. Maka, dapat disimpulkan bahwa rata-rata perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2016-2018 termasuk ke dalam perusahaan menengah/besar.

4.2.5 Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh hasil bahwa hipotesis H₁ ditolak. Nilai signifikansi dari variabel pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah 0,745 (> 0,05) dan nilai t sebesar -0,326. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Ghoul et al (2011) mengatakan bahwa secara teoritis, semakin banyaknya aktivitas CSR yang diungkapkan, maka nilai perusahaan akan semakin meningkat, atau dengan kata lain pengungkapan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun, teori tersebut berbanding terbalik dengan penelitian ini. Pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2016-2018 masih tergolong rendah, karena rata-rata pengungkapan CSR dari tahun 2016-2018 hanya 33% atau 21 perusahaan yang mengungkapkan >56 item dari 84 item aspek pengungkapan CSR. Hal ini juga disebabkan belum adanya regulasi dari pemerintah mengenai indikator apa saja yang harus diungkapkan pada laporan tahunan, seperti indikator kinerja lingkungan, indikator tenaga kerja, dan indikator hak asasi manusia.

Hal penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Karundeng dkk (2017), Pristianingrum (2017), Puspaningrum (2017), dan Putri dkk (2016), yang menunjukkan bahwa CSR berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

4.2.6 Pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis H₂ diterima. Uji hipotesis menunjukkan angka signifikansi sebesar 0,047 (< 0,05) dan nilai t sebesar 1,997, sehingga profitabilitas terbukti dapat memperkuat hubungan antara pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2016-2018.

Berdasarkan pendapat yang dikemukakan oleh Heinze (1976) dalam Karundeng dkk (2017), profitabilitas merupakan faktor yang menjadikan manajemen lebih bebas dan fleksibel dalam mengungkapkan CSR kepada *shareholder* dan *stakeholder*. Profitabilitas yang semakin tinggi akan membuat manajemen dapat melakukan dan mengungkapkan aktivitas CSR secara lebih luas, serta akan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Dapat disimpulkan bahwa dalam perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2016-2018, CSR akan meningkatkan nilai perusahaan saat profitabilitas perusahaan meningkat.

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rosiana (2013), Pristianingrum (2017), Karundeng dkk (2017), Murnita dkk (2018), Kurniasari (2018) serta Bawafi dan Prasetyo (2015) yang menunjukkan bahwa profitabilitas memperkuat hubungan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan nilai perusahaan manufaktur.

4.2.7 Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderating

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan hasil bahwa hipotesis H₃ ditolak. Uji hipotesis menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,68 (>0,05) dan nilai t sebesar 0,413, sehingga ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi hubungan antara pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2016-2018.

Berdasarkan pendapat yang dikemukakan Cowen, Ferreri dan Parker (1987) dalam Karundeng (2017), semakin besar aset suatu perusahaan maka akan semakin besar tanggung jawab sosialnya, maka nilai perusahaan juga akan ikut naik. Namun, hal tersebut berbanding terbalik dengan penelitian ini. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur dari tahun 2016-2018, dan diketahui bahwa semua perusahaan manufaktur tersebut masuk ke dalam kategori perusahaan besar, hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak memoderasi hubungan antara CSR dan nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena adanya Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 yang mewajibkan setiap perusahaan yang memanfaatkan sumber daya alam wajib untuk melaksanakan kegiatan CSR dan diungkapkan dalam laporan tahunan, terlepas dari besar atau kecilnya ukuran suatu perusahaan. UU ini pun menjadi indikasi bahwa pengungkapan CSR bukan lagi hanya menjadi sebuah kegiatan sukarela, akan tetapi merupakan sebuah kewajiban untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan, sehingga besar kecilnya suatu perusahaan tidak memengaruhi besarnya tingkat pengungkapan CSR perusahaan.

Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Pristianingrum (2017) dan Karundeng dkk (2017) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan.

4.2.8 Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderating secara Simultan

Hasil penelitian uji simultan menunjukkan bahwa hipotesis H_a diterima. Nilai koefisien regresi sebesar 20,862 ($F_{hitung} > F_{tabel}$) dan nilai probabilitas 0,00 (< nilai signifikansi), sehingga dapat disimpulkan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan pendapat yang dikemukakan oleh Murnita dan Putra (2018), disebutkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan dan semakin tinggi nilai profitabilitas, maka semakin tinggi pula tingkat pengungkapan CSR yang akan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian ini, dapat diketahui bahwa variabel CSR yang berinteraksi dengan profitabilitas dan ukuran perusahaan memberikan kontribusi sebesar 34,6% terhadap nilai perusahaan, sedangkan sisanya merupakan kontribusi dari faktor-faktor yang tidak diteliti.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas dan ukuran perusahaan sebagai variabel moderating di perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2018.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016-2018 memiliki tingkat rata-rata pengungkapan CSR sebesar 51,7%. Dari hasil penelitian, pengungkapan yang jarang diungkapkan oleh perusahaan dalam laporan tahunan adalah indikator kinerja lingkungan, indikator tenaga kerja, dan indikator hak asasi manusia, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan manufaktur dalam mengungkapkan CSRnya tidak sesuai dengan *Global Reporting Initiatives* (GRI) *guidelines*.
2. Nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016-2018 memiliki nilai rata-rata 1,957. Nilai perusahaan tinggi karena nilai pasar ekuitas setiap perusahaan manufaktur terbilang tinggi. Dengan demikian, nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016-2018 memiliki tingkat kemakmuran pemegang saham dan kepercayaan masyarakat yang tinggi.

3. Profitabilitas perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2016-2018 memiliki rata-rata rasio *Return on Assets* (ROA) sebesar 4,9%. Faktor yang mempengaruhi nilai profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang diteliti adalah pendapatan setelah pajak, karena beberapa perusahaan mengalami kerugian sehingga nilai profitabilitasnya minus. Maka, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016-2018 tidak begitu memuaskan bagi perusahaan, karena laba bersih yang dihasilkan tidak dapat mengembalikan pendanaan yang diberikan oleh perusahaan.
4. Ukuran perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2016-2018 memiliki rata-rata ukuran perusahaan sebesar 28,531. Maka, dapat disimpulkan bahwa rata-rata perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2016-2018 termasuk ke dalam perusahaan besar.
5. Pengungkapan CSR berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dikarenakan banyak perusahaan manufaktur yang tidak mengungkapkan CSRnya mengikuti standar GRI, sehingga luas pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2016-2018 masih tergolong rendah. Hal ini juga disebabkan belum adanya regulasi dari pemerintah mengenai indikator yang harus diungkap pada laporan tahunan secara rinci.
6. Profitabilitas sebagai variabel moderating yang diproksikan oleh ROA ternyata mampu memperkuat hubungan antara pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas yang semakin tinggi akan

membuat manajemen dapat melakukan dan mengungkapkan aktivitas CSR secara lebih luas.

7. Ukuran perusahaan sebagai variabel moderating tidak mampu memperkuat hubungan pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 disebutkan bahwa setiap perusahaan yang memanfaatkan sumber daya alam wajib melaksanakan kegiatan CSR terlepas dari besar atau kecilnya ukuran suatu perusahaan.
8. Secara simultan, pengungkapan CSR dengan profitabilitas dan ukuran perusahaan sebagai variabel moderating berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2016-2018.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, maka dapat diberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan
 - a. Berdasarkan hasil penelitian ini, *Corporate Social Responsibility* (CSR) diukur dengan cara membagi jumlah pengungkapan CSR oleh perusahaan terhadap total pengungkapan item CSR menurut *GRI guidelines*. Namun, berdasarkan hasil penelitian masih banyak perusahaan yang belum mengungkapkan indikator CSR sesuai standar *Global Reporting Initiative* (GRI), seperti indikator kinerja lingkungan. Maka dari itu, perusahaan sebaiknya menggunakan

standar GRI dalam mengungkapkan CSR, karena standar tersebut lebih memberikan rincian mengenai kegiatan CSR perusahaan, sehingga para pembaca laporan tahunan mendapatkan informasi yang lebih jelas.

- b. Masih ada perusahaan manufaktur yang memiliki nilai perusahaan kurang baik dan perusahaan yang mengalami kerugian. Maka dari itu, perusahaan diharapkan dapat mencari solusi atas permasalahan tersebut.

2. Bagi Pemerintah

Pemerintah diharapkan dapat mengatur regulasi yang jelas bagi perusahaan dalam mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam laporan tahunan. Seperti, indikator dan aspek apa saja yang harus masuk dalam pengungkapan CSR, sehingga perusahaan dapat lebih memperhatikan lagi kegiatan CSR nya.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Sampel dalam penelitian ini hanya 81 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2018. Untuk itu, penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan sampel perusahaan yang lebih banyak dan waktu pengamatan yang lebih lama agar memperoleh pengujian yang lebih akurat.
- b. Penelitian ini hanya menggunakan 1 variabel independen yaitu CSR dan 2 variabel moderating yaitu profitabilitas dan ukuran perusahaan untuk menilai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat

menambahkan variabel independen dan atau variabel moderating yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, seperti *leverage* dan kepemilikan manajemen.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustine, I. (2014), Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan, *Jurnal Manajemen Keuangan Universitas Kristen Petra* Vol. 2 No. 1.
- Azheri, B. 2012. *Corporate Social Responsibility dari Voluntary Menjadi Mandatory*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Bawafi, M. H., dan Prasetyo, A. (2015), Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi, *Jurnal Revisi Akuntansi Keuangan* Vol.5 No. 1.
- Draft ISO 26000, *Guidance Standard on Social Responsibility* 2009. *Global Reporting Initiatives (GRI) G4*.
- Fahmi, I. 2015. *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, Imam. 2016. "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 23". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hariani, P. P. (2017), Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan, *Jurnal Akuntansi* Vol. 9 No. 2.
- Harjoto, M. A., dan Jo, H. (2007), *Corporate Social Responsibility and Firm Value The Impact of CSR*, *Social Science Research Network*.
- Herawati, T. (2013), Pengaruh Kebijakan Deviden, Kebijakan Hutang dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Universitas Negeri Padang* Vol. 2 No. 2.
- <http://www.idx.co.id/perusahaan-tercatat/laporan-keuangan-dan-tahunan>, diunduh pada 8 April 2019.
- <https://manadopostonline.com/read/2019/02/04/13-Perusahaan-di-Minsel-Tak-Realisasikan-CSR/52694>, diunduh pada 3 Februari 2019.
- <https://nasional.kontan.co.id/news/kinerja-sektor-manufaktur-di-kuartal-iii-2018-masih-ekspansif-tapi-melambat>, diunduh pada tanggal 8 April 2019.
- Husnan, S. 2013. *Dasar-dasar Teori Portofolio dan Analisis Sekuritas*. Edisi ketiga. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Janra, D. M. (2015), Pengaruh Kepemilikan Manajerial, *Leverage*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Tergadap Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan

Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2010-2013), *Jurnal Akuntansi Universitas Negeri Padang*.

Karundeng, F., Nangoi, G. B., dan Karamoy, H. (2017), Analisis Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas, Kepemilikan Manajemen, dan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016), *E-Jurnal Akuntansi Universitas Sam Ratulangi* Vol. 8 No. 2.

Keputusan Ketua Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan Nomor: KEP-431/BL/2012 tentang Penyampaian Laporan Tahunan Emiten atau Perusahaan Publik.

Kinasih, Wikan, H., dan Sumaryati, A. (2012), Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan *Financial Leverage* Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2010), *Jurnal Ekonomi dan Teknologi Informasi Universitas Dian Nuswantoro Semarang* Vol. 19 No. 1.

Kurnia, D. (2017), Analisis Signifikansi Leverage dan Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan, *Jurnal Akuntansi* Vol. 4 No. 2.

Kurniasari, W., dan Warastuti, Y. (2015), *The Relationship Between CSR and Profitability to Firm Value In Sri-Kehati Index*, *Journal of Economic Behavior* Vol. 5 No. 1.

Kurniasih, D., Retnowati, W., dan Maulina, D. F. (2014), Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Kimia yang Terdaftar di BEI Tahun 2009-2013, *Jurnal Akuntansi Universitas Sultan Ageng Tirtayasa*.

Leki, R., dan Christiawan, Y. J. (2013), Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Penjualan dan Biaya Operasional Perusahaan di Bursa Efek Indonesia Tahun 2007-2011, *Business Accounting Review* Vol. 1 No. 2.

Mardikanto, T. 2014. *CSR (Corporate Social Responsibility)(Tanggungjawab Sosial Korporasi)*. Bandung: Alfabeta.

Murnita, P. E. M., dan Putra, I. M. P. D. (2018), Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan Leverage sebagai Variabel Pemoderasi, *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* Vol. 23 No. 2.

Pristianingrum, N. (2017), Pengaruh Ukuran, Profitabilitas, dan pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek

Indonesia, *Prosiding Seminar Nasional dan Call For Paper Ekonomi dan Bisnis*.

- Puspaningrum, Y. (2017), Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan di Bursa Efek Indonesia), *Jurnal Profita* Vol. 2.
- Putra, A. A., Kristanti, F. T., dan Yudowati, S. P., (2017), Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2015), *E-Proceeding of Management* Vol. 4 No. 3.
- Putri, A. K., Sudarma, M., dan Purnomosidhi, B. (2016), Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan dan Jumlah Dewan Komisaris sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia), *Jurnal Aplikasi Manajemen (JAM)* Vol. 14 No. 2.
- Rosiana, G. A. M., Juliarsa G., dan Sari M. R. (2013), Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi, *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* Vol. 5 No. 3.
- Salvatore, D. (2005). *Ekonomi Manajerial dalam Perekonomian Global*. Alih bahasa Ichsan Setyo Budi. Jakarta: Salemba Empat.
- Sari, P. Y., dan Priantinah, D., (2018), Pengaruh Kinerja Keuangan dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan pada Bank yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015, *Jurnal Nominal* Vol. 7 No. 1.
- Sartono, A. 2012. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Edisi Keempat. Yogyakarta: BPFE.
- Sekaran, U. (2017). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Edisi 4. Jakarta: Salemba Empat.
- Sudana, I. M. 2015. *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Edisi Kedua. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sunyoto, D. 2016. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama.

- Supranto, J. 2016. *Statistika Teori dan Aplikasi*. Edisi Keduabelas. Jakarta: Erlangga.
- The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)*. 2005. *Corporate Social Responsibility*.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2008 tentang UMKM.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) Bab IV Pasal 66 dan Bab V pasal 74.
- Wardhani (2013), Pengaruh CSR *Disclosure* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI, *Jurnal Ekonomi Akuntansi dan Manajemen Universitas Bangka Belitung* Vol. 12 No. 1.
- Wibowo, S. S. A., dan Sabillilah, A. (2016), pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekspansi* Vol. 8 No. 1.
- Yuniasih, N. W., dan Wirakusuma, M. G. (2008), Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* sebagai Variabel Moderasi, *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Bali*.

LAMPIRAN 1

LAMPIRAN 2

Data Hasil Output SPSS

Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	243	,1429	,9286	,517001	,1924050
Profitabilitas	243	-,3918	,5267	,049020	,1067208
Ukuran Perusahaan	243	25,2156	33,4737	28,531209	1,5515875
Nilai Perusahaan	243	,3041	23,2858	1,957377	2,9909834
Valid N (listwise)	243				

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		243
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,20445889
Most Extreme Differences	Absolute	,061
	Positive	,061
	Negative	-,045
Kolmogorov-Smirnov Z		,061
Asymp. Sig. (2-tailed)		,082

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-5,720	1,132		-5,055	,000		
CSR	-,053	,106	-,034	-,499	,618	,755	1,324
Profitabilitas	,195	,027	,441	7,209	,000	,942	1,062
Ukuran Perusahaan	4,161	,768	,362	5,420	,000	,789	1,267

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Uji Heterokedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,155	,649		1,779	,077
CSR	,113	,061	,154	1,855	,065
Profitabilitas	,020	,016	,095	1,274	,204
Ukuran Perusahaan	-,638	,440	-,118	-1,448	,149

a. Dependent Variable: Abs_Res

Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,590 ^a	,348	,337	,20611	2,102

a. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, CSR

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Analisis Regresi Moderasi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	-5,610	2,226	
CSR	-2,139	6,558	-1,377
Profitabilitas	,313	,065	,707
Ukuran Perusahaan	4,211	1,503	,367
M1_Profitabilitas	,361	,181	,522
M1_SIZE	1,850	4,484	1,713

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,603 ^a	,363	,346	,20481

a. Predictors: (Constant), M1_SIZE, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, M1_Profitabilitas, CSR

Uji-t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-5,610	2,226		-2,520	,013
	CSR	-2,139	6,558	-1,377	-,326	,745
	Profitabilitas	,313	,065	,707	4,785	,000
	Ukuran Perusahaan	4,211	1,503	,367	2,802	,006
	M1_Profitabilitas	,361	,181	,522	1,997	,047
	M1_SIZE	1,850	4,484	1,713	,413	,680

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Uji -F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4,376	5	,875	20,862	,000 ^b
	Residual	7,676	183	,042		
	Total	12,052	188			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), M1_SIZE, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, M1_Profitabilitas, CSR

LAMPIRAN 3

Surat Permohonan Perubahan Topik/Judul Skripsi Program

Studi S1 Akuntansi

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jeinab Kurniasari
NPM : C11150052
Judul Skripsi : Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Efektivitas Pengendalian Internal Penjualan (Studi Kasus di PT Jico Agung Bandung)
Pembimbing : Ibu Yane Devi Anna, S.E., M.Si., Ak., CA.

Berkenaan dengan proses penelitian dan pembimbingan skripsi dan atas saran serta arahan dari Pembimbing, bersama ini saya mengajukan perubahan topik/judul skripsi, yang semula:

Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Efektivitas Pengendalian Internal Penjualan (Studi Kasus di PT Jico Agung Bandung) menjadi Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Perusahaan Manufaktur di BEI Periode 2016-2018)

Bersama ini pula, saya lampirkan usulan penelitian dan artikel yang terbit dalam jurnal internasional dan nasional sebanyak 2 buah sebagai pendukung perubahan judul tersebut. Demikian surat permohonan ini saya sampaikan, atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Mengetahui,
Pembimbing Skripsi

Bandung, 22 Maret 2019

Yang Mengajukan,

(Yane Devi Anna, S.E., M.Si., Ak., CA.)

(Jeinab Kurniasari)



LAMPIRAN 4

LAMPIRAN 5

Daftar Riwayat Hidup

I. Biodata Mahasiswa

NIM : C11150052
Nama Lengkap : Jeinab Kurniasari
Tempat/Tanggal Lahir : Bandung, 20 September 1996
Alamat Lengkap : Jl. Islamic Centre 6 RT 3 RW 4
Desa Cikadut, Kec. Cimenyan
Kab. Bandung 40194

II. Pendidikan

1. SDN Panyandaan II : Lulus tahun 2008, Berijazah
2. SMPN 16 Bandung : Lulus tahun 2011, Berijazah
3. SMAS YAS Bandung : Lulus tahun 2014, Berijazah

III. Riwayat Pengalaman Pekerjaan

1. Bekerja di PT Jico Agung sebagai Kepala Bagian Administrasi dari tahun 2014-sekarang



Bandung, 04 Januari 2020

Jeinab Kurniasari