



**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN
PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

**(Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek
Indonesia Periode 2011-2013)**

SKRIPSI

**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
pada Universitas Negeri Semarang**

Oleh

Wahyuning Ambar Setianingrum

NIM 7311411126

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
2015**



**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN
PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

**(Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek
Indonesia Periode 2011-2013)**

SKRIPSI

**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
pada Universitas Negeri Semarang**

Oleh

Wahyuning Ambar Setianingrum

NIM 7311411126

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
2015**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini telah disetujui oleh Pembimbing untuk diajukan ke sidang panitia ujian skripsi pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 25 Maret 2015

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen



Rini Setyo Witiastuti, SE., M.M.
NIP. 197610072006042002

Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, which appears to be 'Andhi Wijayanto', written in a cursive style.

Andhi Wijayanto, S.E., M.M.
NIP. 198306172008121003

PENGESAHAN KELULUSAN

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Sidang Panitia Ujian Skripsi Fakultas
Ekonomi Universitas Negeri Semarang pada :

Hari : Jumat

Tanggal : 17 April 2015

Penguji I

Penguji II

Penguji III



Dr. Arief Yulianto, S.E., M.M. NIP. 197507262000121001
Moh Khoiruddin, S.E., M.Si. NIP. 197001062008121001
Andhi Wijayanto, S.E., M.M. NIP. 198306172008121003

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi




Dr. Wanyono M.M.
NIP. 195601031983121001

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil jiplakan dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, Maret 2015



Wahyuning Ambar Setianingrum
NIM 7311411126

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

1. “Berangkat dengan penuh keyakinan. Berjalan dengan penuh keikhlasan. Istiqomah dalam menghadapi cobaan. YAKIN, IKHLAS, ISTIQOMAH”.
(TGKH. Muhammad Zainuddin Abdul Madjid)
2. “Jangan pernah merasa cukup dengan ilmu yang kamu miliki, karena di luar sana masih banyak ilmu yang menanti untuk dipelajari”

Persembahan

1. Bapak dan Ibu yang tercinta
2. Kakak dan Adikku yang selalu memberiku kegembiraan
3. Almamaterku yang kubanggakan.

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2013)”.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan lancar atas bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih sedalam-dalamnya kepada yang terhormat :

- 1) Prof. Dr. Fathur Rokhman M.Hum, Rektor Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan izin dan kesempatan saya belajar di kampus tercinta.
- 2) Dr. Wahyono M.M., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan dukungan bagi pengembangan potensi seluruh civitas akademika Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
- 3) Rini Setyo Witiastuti, SE., M.M., Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam menyusun skripsi ini.
- 4) Andhi Wijayanto, S.E., M.M., Dosen Pembimbing yang telah bersabar hati membimbing, memberikan arahan dan memotivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

- 5) Dr. Arief Yulianto, S.E., M.M., selaku Dosen Penguji I yang memberikan evaluasi dan masukan yang membangun sehingga skripsi ini menjadi lebih baik.
- 6) Moh Khoiruddin, S.E.,M.Si., selaku Dosen Penguji II yang memberikan evaluasi dan masukan yang membangun sehingga skripsi ini menjadi lebih baik.
- 7) Semua pihak yang tidak dapat penulis sebut satu per satu.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah memberikan segala bantuan tersebut. Akhir kata semoga karya ini bermanfaat bagi pemerhati masalah ilmu ekonomi.

Semarang, Maret 2015

Penyusun

SARI

Setiangingrum, Wahyuning Ambar. 2015. *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi. (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2013)*. Skripsi. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang. Pembimbing Andhi Wijayanto, S.E., M.M.

Kata Kunci : Nilai Perusahaan, Profitabilitas, Tanggung Jawab Sosial

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah CSR dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan apakah profitabilitas merupakan variabel pemoderasi antara CSR dan nilai perusahaan.

Sampel penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2011-2013 sebanyak 44 emiten, menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dalam penelitian berasal dari data sekunder diperoleh melalui teknik dokumentasi. Analisis data dengan regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini yaitu CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas mampu memoderasi hubungan CSR dengan nilai perusahaan.

Saran dalam penelitian ini adalah bagi akademisi, diharapkan lebih menggali pengetahuan mengenai konsep CSR, profitabilitas dan nilai perusahaan dan hendaknya peka terhadap masalah yang berkembang saat ini. Bagi peneliti selanjutnya, dapat menggunakan objek yang lebih luas dan menambah variabel lain yang belum atau jarang diteliti. Bagi perusahaan, dapat meningkatkan profit agar nilai perusahaan meningkat serta dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang pentingnya pertanggungjawaban sosial perusahaan. Bagi investor, hendaknya lebih seksama dalam mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu diperhitungkan dalam investasi yang tidak hanya terpaku pada besarnya nilai perusahaan.

ABSTRACT

Setiangingrum, Wahyuning Ambar. 2015. The Influence of Corporate Social Responsibility toward Corporate Value with Profitability as A Moderating Variable (Study on Manufacturing Companies Listed in Indonesia Stock Exchange for Period 2011-2013). Under Graduate Thesis. Management Department. Faculty of Economics. Semarang State University. Advisor Andhi Wijayanto, S.E., M.M.

Keywords : Corporate Value, Profitability, Corporate Social Responsibility

This study aimed to test whether the CSR and profitability affect the corporate value and whether the profitability is moderating variable between CSR and company value.

Sampling technique used in this research is purposive sampling with criteria listed in Indonesia Stock Exchange in 2011 to 2013 and always seem annual financial report over period 2011-2013. The data in the study comes from the secondary data obtained through the documentation technique. Data that needed in this research taken from Indonesian Capital Market Directory (ICMD) 2011-2013 was acquired 44 sample companies. Data analysis with multiple regression.

The results of multiple linear regression analysis showed that CSR has no influence on corporate value, profitability has influence on corporate value and profitability can moderates relationship of CSR and corporate value.

Suggestions in this study for academics, is expected to further dig the knowledge about CSR, profitability and corporate value concept and should be sensitive to the growing problem today. For the next researcher using wider object and adds other variables not or rarely examined. For the company, can increase the value of the company in order to increase profit and contribute thoughts about the importance of corporate social responsibility. For investors, should be more careful in considering the aspects that need to be taken into account in investments that are not glued to the value of the corporate value.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
PRAKATA.....	vi
SARI	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	10
BAB II TELAAH TEORI.....	13
2.1. Telaah Teori	13
2.1.1. Teori <i>Stakeholder</i>	13
2.1.2. Nilai Perusahaan	15

2.1.3.	<i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	19
2.1.4.	Profitabilitas	30
2.2.	Penelitian Terdahulu	32
2.3.	Hubungan Antar Variabel	37
2.3.1.	Pengaruh CSR dengan Nilai Perusahaan	37
2.3.2.	Pengaruh Profitabilitas dengan Nilai Perusahaan	38
2.3.3.	Pengaruh CSR dengan Nilai Perusahaan di Moderasi oleh Profitabilitas	39
2.4.	Kerangka Pemikiran	41
2.5.	Pengembangan Hipotesis	42
BAB III	METODE PENELITIAN	43
3.1.	Jenis dan Desain Penelitian.....	43
3.2.	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel ...	44
3.3.	Variabel Penelitian.....	46
3.3.1.	Variabel Dependen	46
3.3.2.	Variabel Independen	46
3.3.3.	Variabel Pemoderasi	48
3.4.	Metode Pengumpulan Data.....	49
3.5.	Metode Analisis Data.....	49
3.5.1.	Uji Asumsi Klasik.....	49
3.5.2.	Analisis Regresi Linier Berganda	54
3.6.	Pengujian Hipotesis	56
3.6.1.	Koefisien Determinasi	57

	3.6.2. Uji F (<i>Overall Significance Test</i>)	57
	3.6.3. Uji t (<i>Partial Individual Test</i>)	57
	3.6.4. Analisis Regresi Moderasi	58
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	60
	4.1 Hasil Penelitian	60
	4.1.1. Deskripsi Objek Penelitian	60
	4.1.2. Hasil Analisis Data.....	61
	4.2. Pembahasan.....	77
	4.2.1. Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan	78
	4.2.2. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan	80
	4.2.3. Pengaruh Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi dalam Hubungan CSR dengan Nilai Perusahaan	81
BAB V	PENUTUP.....	83
	5.1. Simpulan	83
	5.2. Saran	84
	DAFTAR PUSTAKA	87
	LAMPIRAN	94

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Ikhtisar <i>Research Gap</i>	7
Tabel 2.1.	Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3.1.	Sampel Penelitian	45
Tabel 3.2.	Kriteria Autokorelasi Durbin-Watson	53
Tabel 4.1.	Hasil Penentuan Sampel	61
Tabel 4.2.	Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	63
Tabel 4.3.	Hasil Uji Multikolonieritas	64
Tabel 4.4.	Hasil Uji Autokorelasi	66
Tabel 4.5.	<i>Uji Glejser</i>	68
Tabel 4.6.	Hasil Analisis Regresi Berganda	69
Tabel 4.7.	Uji Signifikansi Individual (Statistik t) CSR dan ROE	74
Tabel 4.8.	Uji Signifikansi Individual (Statistik t) Moderasi ROE	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Kategori Perusahaan Berdasarkan Profit Perusahaan dan Anggaran CSR	23
Gambar 2.2.	Kategori Perusahaan Berdasarkan Tujuan CSR	24
Gambar 2.3.	Kerangka Pemikiran Teoritis	41
Gambar 4.1.	Grafik <i>P-Plot</i> Normal	62
Gambar 4.2.	Grafik Heterokedastisitas	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Daftar Indikator Pengungkapan CSR Menurut GRI	95
Lampiran 2.	Daftar Perusahaan Sampel Penelitian	102
Lampiran 3.	Daftar Indeks Pengungkapan CSR Perusahaan Manufaktur Tahun 2011	105
Lampiran 4.	Daftar Indeks Pengungkapan CSR Perusahaan Manufaktur Tahun 2012	108
Lampiran 5.	Daftar Indeks Pengungkapan CSR Perusahaan Manufaktur Tahun 2013	111
Lampiran 6.	Daftar Rasio Tobin's Q Perusahaan Manufaktur Tahun 2011.....	114
Lampiran 7.	Daftar Rasio Tobin's Q Perusahaan Manufaktur Tahun 2012	117
Lampiran 8.	Daftar Rasio Tobin's Q Perusahaan Manufaktur Tahun 2013	120
Lampiran 9.	Data Penelitian	123
Lampiran 10.	Uji Asumsi Klasik : Uji Normalitas	126
Lampiran 11.	Uji Asumsi Klasik : Uji Multikolonieritas	129
Lampiran 12.	Uji Asumsi Klasik : Uji Autokorelasi	131
Lampiran 13.	Uji Asumsi Klasik : Uji Heteroskedastisitas	133
Lampiran 14.	Analisis Regresi Linear Berganda	137

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Mardiasari (2012), perkembangan dunia usaha di Indonesia saat ini berkembang semakin pesat dengan ditandai makin beragamnya jumlah perusahaan-perusahaan baru yang bermunculan di Indonesia, sehingga menyebabkan persaingan antar pelaku usaha yang semakin ketat. Hal ini tentunya akan berpengaruh besar terhadap iklim usaha di Indonesia. Untuk mengikuti perkembangan bisnis yang semakin kompleks diperlukan keseimbangan informasi yang sesuai dan memadai, sehingga perusahaan dituntut untuk lebih transparan dalam mengungkapkan informasi perusahaannya. Pada saat banyak perusahaan yang semakin berkembang pesat, maka pada saat itu pula dapat terjadi kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan sekitar. Oleh karena itu, muncul pula kesadaran yang berasal dari perusahaan swasta dalam mengurangi dampak negatif tersebut yaitu dengan mengembangkan apa yang disebut *Corporate Sosial Responsibility (CSR)*.

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

Gossling dan Vocht (2007), mengatakan bahwa CSR dapat dipandang sebagai kewajiban dunia bisnis untuk menjadi akuntabel terhadap seluruh *stakeholder*, bukan hanya terhadap salah satu *stakeholder* saja. Jika perusahaan tidak memberikan akuntabilitas kepada seluruh *stakeholder* yang meliputi karyawan, pelanggan, komunitas, lingkungan lokal/global, pada akhirnya perusahaan tersebut akan dinilai buruk dan tidak akan mendapatkan dukungan dari masyarakat.

Menurut Narver (1971) dalam McWilliams dan Siegel (2000), kondisi keuangan ternyata tidak cukup untuk menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan. Keberlanjutan perusahaan (*corporate sustainability*) hanya akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup. Sudah menjadi fakta bagaimana reaksi masyarakat sekitar terhadap perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan lingkungan. Perusahaan perlu melakukan pengungkapan terhadap lingkungan di sekitar perusahaan.

Menurut Daniri dalam Riswari dan Cahyonowati (2012), CSR sebagai sebuah gagasan, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja, tapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines*. Di sini *bottom lines* lainnya selain finansial juga ada sosial dan lingkungan. Sehingga CSR yang semula bersifat *voluntary* perlu ditingkatkan menjadi CSR yang lebih bersifat *mandatory*.

Menurut Darwin (2004) dalam Rakhiemah dan Agustia (2009), perusahaan dapat memperoleh banyak manfaat dari praktik dan pengungkapan CSR apabila

dipraktikkan dengan sungguh-sungguh, diantaranya : dapat memperlancar komunikasi dengan *stakeholders*, meluruskan visi, misi, dan prinsip perusahaan terkait dengan praktik dan aktivitas bisnis internal perusahaan, mendorong perbaikan perusahaan secara berkesinambungan sebagai wujud manajemen risiko dan untuk melindungi reputasi, serta untuk meraih *competitive advantage* dalam hal modal, tenaga kerja, *supplier*, dan pangsa pasar.

Rustiarini (2010), menyatakan bahwa perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan dapat menggunakan informasi tanggung jawab sosial sebagai keunggulan kompetitif perusahaan. Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik akan direspon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham. Menurut Kiroyan dalam Sayekti dan Wondabio (2007), perusahaan berharap jika dengan menerapkan CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan akan memaksimalkan ukuran keuangan untuk jangka waktu yang panjang. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan CSR berharap akan direspon positif oleh para pelaku pasar seperti investor dan kreditur yang nantinya dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Mardiasari (2012), berpendapat nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Semakin tinggi nilai suatu perusahaan menunjukkan kemakmuran pemegang saham yang semakin tinggi pula. Indikator yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rasio Tobin's Q. Tobin's Q dihitung dengan membandingkan rasio nilai pasar saham perusahaan dengan nilai

buku ekuitas perusahaan. Rasio ini merupakan konsep yang berharga karena menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari setiap dolar investasi inkremental. Alasan penggunaan rasio Tobin's Q dalam penelitian ini adalah karena rasio-q merupakan ukuran yang lebih teliti tentang seberapa efektif manajemen memanfaatkan sumber-sumber daya ekonomis dalam kekuasaannya.

Jensen (2001), menyatakan bahwa untuk memaksimalkan nilai perusahaan dalam jangka panjang, manajer dituntut untuk membuat keputusan yang mempertimbangkan semua *stakeholder*, dimana manajer akan dinilai kinerjanya berdasarkan keberhasilannya mencapai tujuan. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, karena dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham yang tinggi pula.

Pada penelitian Agustina (2013), berbagai aspek keuangan di dalam perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, salah satunya adalah rasio profitabilitas. Dewasa ini banyak pimpinan mendasarkan kinerja perusahaan yang dipimpinnya pada *financial performance*. Paradigma yang dianut oleh banyak perusahaan tersebut adalah *profit oriented*. Perusahaan yang dapat memperoleh laba besar dapat dikatakan berhasil atau memiliki kinerja keuangan yang baik. Sebaliknya apabila laba yang diperoleh perusahaan relatif kecil, maka dapat dikatakan perusahaan kurang berhasil atau kinerja yang kurang baik. Hal ini dikarenakan profitabilitas adalah hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan manajemen perusahaan.

Pada penelitian Balabanis, Phillips, dan Lyall (1988) dalam Dewanggono (2011), ditunjukkan bahwa pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang *listing* di *London Stock Exchange* berkorelasi positif dengan profitabilitas perusahaan secara keseluruhan. Dalam Nurlela dan Islahuddin (2008), profitabilitas yang tinggi menunjukkan prospek perusahaan yang baik, sehingga investor akan merespon positif sinyal tersebut dan nilai perusahaan akan meningkat.

Dalam penelitian ini profitabilitas diprosikan melalui *Return On Equity* (ROE) sebagai ukuran profitabilitas perusahaan. Menurut Brigham dan Houston (2006), *Return on Equity* (ROE) adalah rasio laba bersih setelah pajak terhadap modal sendiri. Rasio ini mengukur tingkat pengembalian atas investasi bagi para pemegang saham. Dari definisi ROE di atas dapat disimpulkan bahwa tingkat pengembalian yang dapat diperoleh pemilik perusahaan (pemegang saham) atas modal yang disetorkannya untuk perusahaan tersebut. Secara umum, semakin tinggi ROE semakin baik juga kedudukan pemilik perusahaan, sehingga menyebabkan baiknya penilaian investor terhadap perusahaan yang dapat meningkatkan harga saham dan nilai perusahaan.

Penelitian mengenai CSR terhadap nilai perusahaan menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Penelitian yang dilakukan oleh Agustina (2013), yang menunjukkan pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Jo dan Harjoto (2011), menemukan bahwa *CSR engagement* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian Rossi (2009), pada perusahaan-perusahaan di Brazil juga menemukan hasil yang serupa, yaitu ada

keuntungan yang signifikan jika mengadopsi kebijakan bertanggung jawab sosial. Namun, hasil berbeda yang dilakukan oleh Putri (2014), dalam penelitiannya menemukan bahwa CSR tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil analisis penelitian oleh Retno dan Priantinah (2012), menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dengan variabel kontrol *size*, jenis industri, profitabilitas, dan *leverage* pada perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2007-2010. Dengan adanya ketidakkonsistenan hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya variabel lain yang turut mempengaruhi hubungan CSR dengan nilai perusahaan. Terdapat beberapa literatur seperti penelitian yang dilakukan oleh Cooke (2005), Hossain et al. (1995), Neu et al. (1998), dan Patten (1991) dalam Reverte (2008), menunjukkan bahwa terdapat beberapa variabel yang kemungkinan menjelaskan variasi luasnya pengungkapan CSR dalam laporan tahunan. Oleh karena itu, dalam penelitian ini memasukkan profitabilitas sebagai variabel moderasi yang diduga ikut memperkuat atau memperlemah interaksi antara CSR dengan nilai perusahaan. Profitabilitas diduga ikut berpengaruh karena menurut Kusumadilaga (2010), semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dicapai perusahaan maka semakin kuat pula hubungan pengungkapan sosial dengan nilai perusahaan.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian yang dilakukan oleh Agustina (2013). Penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu. Perbedaan pertama terletak pada variabel moderasi, penelitian sebelumnya tidak menambahkan variabel moderasi dalam penelitiannya. Sedangkan penelitian ini

menambahkan variabel moderasi yaitu profitabilitas sebagai variabel pemoderasi. Profitabilitas sebagai variabel pemoderasi dalam penelitian ini diharapkan dapat memperkuat hubungan pengungkapan CSR dengan nilai perusahaan. Indikator profitabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Return On Equity* (ROE).

Perbedaan kedua terletak pada item pengungkapan CSR yang digunakan. Penelitian sebelumnya masih menggunakan item pengungkapan tanggung jawab sosial yang digunakan Sembiring (2005), sedangkan penelitian ini menggunakan *Global Reporting Initiative* (GRI) sebagai dasar item pengungkapan tanggung jawab sosial. Riswari dan Cahyonowati (2012), item pengungkapan GRI digunakan karena telah diterima secara global sebagai suatu standar untuk mengungkapkan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan, dimana GRI membantu perusahaan untuk memutuskan apa yang akan diungkapkan dan bagaimana mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial perusahaan.

Untuk memberikan arah dalam penelitian ini dirumuskan kesenjangan penelitian *research gap* untuk variabel *corporate social responsibility*, profitabilitas dan nilai perusahaan akan disajikan pada tabel 1.1. dibawah ini.

Tabel 1.1.
Ikhtisar *Research Gap*

Penulis/Penggagas (Tahun)	<i>Research Gap</i>	Permasalahan
Rossi (2009)	CSR mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan	Terdapat perbedaan hasil penelitian mengenai pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan
Jo and Harjoto (2011)		
Riswari dan Cahyonowati (2012)		

Rosiana, dkk (2013) Mandasari, dkk (2013) Agustina (2013) Samsi, dkk (2014)		
Mulyadi dan Anwar (2012) Agustine (2014) Putri (2014)	CSR tidak mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan	
Analisa (2011) Mardiyati, dkk (2012) Agustina (2013) Febriana (2013)	Profitabilitas yang diproksikan ROE mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan	Terdapat perbedaan hasil penelitian mengenai pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan
Putra (2013) Dewi dan Tarnia (2011)	Profitabilitas yang diproksikan ROE tidak mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan	

Sumber : Disusun untuk penelitian ini

Pemilihan sampel oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu perusahaan manufaktur, dikarenakan pelaksanaan CSR pada perusahaan manufaktur sudah ada sejak awal berjalan. Alasan lainnya menurut Ramadhani (2012), adalah karena perusahaan manufaktur lebih banyak memberikan pengaruh/dampak terhadap lingkungan di sekitarnya akibat dari aktivitas yang dilakukan perusahaan dan memenuhi segala aspek pada tema pengungkapan CSR. Sedangkan dalam Dewanggono (2011), perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang kegiatan utamanya mengolah sumber daya menjadi barang jadi melalui proses

pabrikasi. Selain itu menurut Agustina (2013), perusahaan manufaktur lebih mudah terpengaruh oleh kondisi ekonomi dan memiliki tingkat sensitivitas yang tinggi terhadap setiap kejadian baik internal maupun eksternal perusahaan. Umumnya perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) merupakan perusahaan-perusahaan besar. Perusahaan besar tentu menjanjikan laba yang lebih tinggi, oleh sebab itu banyak calon investor yang tertarik pada perusahaan manufaktur.

Atas dasar hal di atas, maka penelitian ini penting untuk diteliti pada sektor manufaktur guna melihat sejauh mana pengungkapan sosial (CSR) mampu mempengaruhi pandangan *stakeholder* tentang nilai perusahaan mengingat beberapa fakta mengenai perusahaan manufaktur yang telah disebutkan. Pemilihan tahun 2011-2013 sebagai tahun pengamatan karena tahun tersebut merupakan tahun terbaru pada saat penelitian dilakukan.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji kembali apakah CSR dan profitabilitas berpengaruh dengan nilai perusahaan serta apakah profitabilitas mampu memoderasi pengaruh hubungan antara CSR terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2011 sampai dengan tahun 2013.

Berdasarkan asumsi, pertimbangan dan alasan tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2013)”.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini akan menguji variabel-variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan. Oleh karena itu dapat dirumuskan masalah penelitian dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah dengan semakin banyaknya aktivitas CSR yang diungkapkan akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah profitabilitas yang semakin meningkat akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah profitabilitas sebagai variabel moderasi dapat memoderasi hubungan CSR terhadap nilai perusahaan?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan bukti secara empiris terhadap:

1. Pengujian pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.
2. Pengujian pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
3. Pengujian pengaruh profitabilitas dalam memoderasi hubungan CSR terhadap nilai perusahaan.

1.4. Manfaat Penelitian

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

1. Manfaat Teoritis

a. Bagi akademisi, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam ilmu manajemen dan pengembangan teori, terutama yang berkaitan dengan pengaruh penerapan *Corporate Social Responsibility* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan yaitu salah satunya teori *stakeholder*. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai referensi dalam penelitian-penelitian selanjutnya disamping sebagai sarana untuk mendewasakan wawasan.

b. Bagi peneliti yang akan datang

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau bahan wacana di bidang keuangan sehingga dapat bermanfaat untuk penelitian selanjutnya mengenai nilai perusahaan pada masa yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi perusahaan, sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengaplikasikan variabel-variabel penelitian ini untuk membantu meningkatkan nilai perusahaan serta sebagai bahan pertimbangan emiten untuk mengevaluasi, memperbaiki, dan meningkatkan kinerja manajemen dimasa yang akan datang.

b. Bagi investor, akan memberikan wacana baru dalam mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu diperhitungkan dalam investasi yang tidak terpaku pada ukuran-ukuran moneter. Selain

itu, diharapkan pula dapat membantu investor untuk memilih secara bijak dalam berinvestasi.

BAB II

TELAAH TEORI

2.1. Telaah Teori

2.1.1. Teori *Stakeholder*

Freeman, et al (2002) dalam Waryanti (2009), konsep tanggung jawab sosial perusahaan telah mulai dikenal sejak awal 1970-an, yang secara umum dikenal dengan *stakeholder theory* artinya sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan. *Stakeholder theory* dimulai dengan asumsi bahwa nilai (*value*) secara eksplisit dan tak dipungkiri merupakan bagian dari kegiatan usaha.

Ghozali dan Chariri (2007), teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*-nya. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut.

Untung (2008) dalam Waryanti (2009), tanggung jawab sosial perusahaan seharusnya melampaui tindakan memaksimalkan laba untuk kepentingan pemegang saham (*stakeholder*), namun lebih luas lagi bahwa kesejahteraan yang dapat diciptakan oleh perusahaan sebetulnya tidak terbatas kepada kepentingan pemegang saham, tetapi juga untuk kepentingan *stakeholder*, yaitu semua pihak

yang mempunyai keterkaitan atau klaim terhadap perusahaan. Mereka adalah pemasok, pelanggan, pemerintah, masyarakat lokal, investor, karyawan, kelompok politik, dan asosiasi perdagangan. Seperti halnya pemegang saham yang mempunyai hak terhadap tindakan-tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan, *stakeholder* juga mempunyai hak terhadap perusahaan.

Ghozali dan Chariri (2007), *stakeholder* pada dasarnya dapat mengendalikan atau memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pemakaian sumber-sumber ekonomi yang digunakan perusahaan. Oleh karena itu *power stakeholder* ditentukan oleh besar kecilnya *power* yang dimiliki *stakeholder* atas sumber tersebut. Deegan (2000) dalam Ghozali dan Chariri (2007), *power* tersebut dapat berupa kemampuan untuk membatasi pemakaian sumber ekonomi yang terbatas (modal dan tenaga kerja), akses terhadap media yang berpengaruh, kemampuan untuk mengatur perusahaan, atau kemampuan untuk mempengaruhi konsumsi atas barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan. Oleh karena itu, menurut Ullman (1982) dalam Ghozali dan Chariri (2007), “ketika *stakeholder* mengendalikan sumber ekonomi yang penting bagi perusahaan, maka perusahaan akan bereaksi dengan cara-cara yang memuaskan keinginan *stakeholder*”.

Atas dasar argumen di atas, Gray, et al (1997) dalam Ghozali dan Chariri (2007), teori *stakeholder* umumnya berkaitan dengan cara-cara yang digunakan perusahaan untuk mengatur *stakeholder*-nya. Cara-cara yang dilakukan perusahaan untuk mengatur *stakeholder*-nya tergantung pada strategi yang diadopsi perusahaan. Organisasi dapat mengadopsi strategi aktif atau pasif. Ullman (1985) dalam Ghozali dan Chariri (2007), mengatakan bahwa strategi

aktif adalah apabila perusahaan berusaha mempengaruhi hubungan organisasinya dengan *stakeholder* yang dipandang berpengaruh/penting. Sedangkan perusahaan yang mengadopsi strategi pasif cenderung tidak terus menerus memonitor aktivitas *stakeholder* dan secara sengaja tidak mencari strategi optimal untuk menarik perhatian *stakeholder*. Akibat dari kurangnya perhatian terhadap *stakeholder* adalah rendahnya tingkat pengungkapan informasi sosial dan rendahnya kinerja sosial perusahaan.

2.1.2. Nilai Perusahaan

Menurut Samuel (2000) dalam Nurlela dan Islahuddin (2008), menjelaskan bahwa *enterprise value* atau dikenal dengan nilai perusahaan merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar untuk menilai perusahaan secara keseluruhan.

Menurut Brigham dan Houston (2006), nilai perusahaan sangat penting, karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Semakin tinggi harga saham semakin tinggi nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan dipresentasikan oleh harga pasar dari saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan (*financing*), dan manajemen asset.

Nilai perusahaan diartikan sebagai nilai pasar dalam penelitian ini, seperti yang diungkapkan oleh Fama (1978) dalam Wahyudi dan Pawestri (2006),

menyatakan bahwa nilai perusahaan akan tercermin dari harga sahamnya, karena apabila harga saham perusahaan meningkat, maka perusahaan dapat memberikan kemakmuran kepada para *shareholder*. Harga pasar dari saham perusahaan yang terbentuk antara pembeli dan penjual disaat terjadi transaksi disebut nilai pasar perusahaan, karena harga pasar saham dianggap cerminan dari nilai aset perusahaan sesungguhnya. Nilai perusahaan yang dibentuk melalui indikator nilai pasar saham sangat dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi. Adanya peluang investasi dapat memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan datang, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Menurut Christiawan dan Tarigan (2007), terdapat beberapa konsep nilai yang menjelaskan nilai suatu perusahaan antara lain:

1. Nilai nominal, yaitu nilai yang tercantum secara formal dalam anggaran dasar perseroan, disebutkan secara eksplisit dalam neraca perusahaan, dan juga ditulis jelas dalam surat saham kolektif.
2. Nilai pasar, sering disebut kurs adalah harga yang terjadi dari proses tawar-menawar di pasar saham. Nilai ini hanya bisa ditentukan jika saham perusahaan dijual di pasar saham.
3. Nilai intrinsik, merupakan nilai yang mengacu pada perkiraan nilai riil suatu perusahaan. Nilai perusahaan dalam konsep nilai intrinsik ini bukan sekedar harga dari sekumpulan aset, melainkan nilai perusahaan sebagai entitas bisnis yang memiliki kemampuan menghasilkan keuntungan di kemudian hari.

4. Nilai buku, adalah nilai perusahaan yang dihitung dengan dasar konsep akuntansi.
5. Nilai likuidasi, adalah nilai jual seluruh aset perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban yang harus dipenuhi. Nilai sisa itu merupakan bagian para pemegang saham. Nilai likuidasi bisa dihitung berdasarkan neraca performa yang disiapkan ketika suatu perusahaan akan likuidasi.

Berdasarkan penjelasan di atas, Christiawan dan Tarigan (2007), menyimpulkan bahwa konsep yang paling representatif untuk menentukan nilai perusahaan adalah pendekatan konsep nilai intrinsik. Tetapi memperkirakan nilai intrinsik sangat sulit, sebab untuk menentukannya orang membutuhkan kemampuan mengidentifikasi variabel-variabel signifikan yang menentukan keuntungan suatu perusahaan. Variabel itu berbeda dari satu perusahaan ke perusahaan yang lain. Selain itu, penentuan nilai intrinsik juga memerlukan kemampuan memprediksi arah kecenderungan yang akan terjadi di kemudian hari. Karena itulah, maka nilai pasar digunakan dengan alasan kemudahan data juga didasarkan pada penilaian yang moderat.

Rustriarini (2010), perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan dapat menggunakan informasi tanggung jawab sosial sebagai keunggulan kompetitif perusahaan. Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik akan 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.

Menurut Sukamulja (2004) dalam Hadianto (2013), ada beberapa rasio untuk mengukur nilai pasar perusahaan, misalnya *price earning ratio* (PER), *market-to-book ratio*, Tobin's Q, *price flow ratio*, dan *market-to-sales ratio*. Rasio Tobin's Q dianggap rasio yang memberikan informasi paling baik karena menjelaskan fenomena dalam kegiatan perusahaan seperti misalnya terjadi perbedaan *cross sectional* dalam pengambilan keputusan investasi dan diversifikasi, hubungan antara kepemilikan saham manajemen dengan nilai perusahaan, hubungan antara kinerja manajemen dengan keuntungan dalam akuisisi, dan kebijakan pendanaan, dividen, dan kompensasi.

Ramadhani (2012), rasio Tobin's Q memasukkan semua unsur hutang dan modal saham perusahaan, tidak hanya saham biasa saja dan tidak hanya ekuitas perusahaan yang dimasukkan namun seluruh aset perusahaan. Untuk itu, rasio ini dinilai dapat memberikan informasi yang paling baik.

Sukamulja (2004) dalam Permanasari (2010), dengan memasukkan seluruh aset perusahaan berarti perusahaan tidak hanya terfokus pada satu tipe investor saja yaitu investor dalam bentuk saham namun juga untuk kreditur karena sumber pembiayaan operasional perusahaan bukan hanya dari ekuitasnya saja tetapi juga dari pinjaman yang diberikan oleh kreditur. Jadi, semakin besar nilai Tobin's Q menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik. Hal ini dapat terjadi karena semakin besar nilai pasar aset perusahaan dibandingkan dengan nilai buku aset perusahaan maka semakin besar kerelaan

investor untuk mengeluarkan pengorbanan yang lebih untuk memiliki perusahaan tersebut.

Dalam penelitian ini rasio yang digunakan dalam menentukan nilai perusahaan adalah menggunakan Tobin's Q. Menurut Herawaty (2008), rasio ini dikembangkan oleh Profesor James Tobin tahun 1967. Jika Tobin's Q di atas satu, ini menunjukkan bahwa investasi dalam aktiva menghasilkan laba yang memberikan nilai yang lebih tinggi daripada pengeluaran investasi, hal ini akan merangsang investasi baru. Jika Tobin's Q di bawah satu, investasi dalam aktiva tidaklah menarik. Jadi, Tobin's Q merupakan ukuran yang lebih teliti tentang seberapa efektif manajemen memanfaatkan sumber-sumber daya ekonomis dalam kekuasaannya.

Agustine (2014), menyatakan bahwa nilai pasar perusahaan dapat diukur menggunakan Tobin's Q dengan membandingkan nilai pasar ekuitas dan nilai buku dari total hutang dengan nilai buku dari total aktiva dan total hutang.

2.1.3. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

1. *Definisi Corporate Social Responsibility (CSR)*

Menurut Riswari dan Cahyonowati (2012), konsep CSR sebagai salah satu tonggak penting dalam manajemen korporat. Pengertian dari CSR telah dikemukakan oleh banyak peneliti. Diantaranya adalah definisi yang dikemukakan oleh Boone dan Kurtz (2007) dalam Harmoni dan Andriyani (2008), pengertian tanggung jawab sosial (*social responsibility*) secara umum adalah dukungan manajemen

terhadap kewajiban untuk mempertimbangkan laba, kepuasan pelanggan dan kesejahteraan masyarakat secara setara dalam mengevaluasi kinerja perusahaan.

Milne (1996), menyatakan bahwa *corporate social responsibility* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat keseluruhan.

Selain itu terdapat beberapa definisi yang berpengaruh diantaranya versi WBCSD (*The World Business Council for Sustainable Development*) dalam Adityo (2012) :

“The continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of work life of workforce and their families as well as of the local community and social large”,

Yang berarti bahwa definisi CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan adalah komitmen bisnis yang berkelanjutan untuk berperilaku etis dan kontribusi terhadap pembangunan ekonomi dengan meningkatkan kualitas kehidupan kerja karyawan dan kerja mereka dan komunitas lokal dan masyarakat yang luas. Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut *sustainability reporting*. *Sustainability reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan, sosial, kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan

berkelanjutan (*sustainable development*). *Sustainability reporting* harus menjadi dokumen strategis yang berlevel tinggi yang menempatkan isu, tantangan dan peluang *sustainability development* yang membawanya menuju kepada *core business* dan sektor industrinya.

CSR atau tanggung jawab sosial ini lebih ditegaskan lagi dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal dan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. 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*”.

Sedangkan pada Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas menyebutkan “Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya”.

Berdasarkan definisi tersebut, Ramadhani (2012), menyatakan bahwa elemen-elemen CSR dapat dirangkum sebagai aktivitas perusahaan dalam mencapai keseimbangan aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial tanpa mengesampingkan ekspektasi para pemegang saham (menghasilkan profit).

Suharto (2007), berkaitan dengan pelaksanaan CSR, perusahaan bisa dikelompokkan ke dalam beberapa kategori. Meskipun cenderung menyederhanakan realitas, tipologi ini menggambarkan kemampuan dan komitmen perusahaan dalam menjalankan CSR. Pengkategorian dapat memotivasi perusahaan dalam mengembangkan program CSR, dan dapat pula dijadikan cermin dan *guideline* untuk menentukan model CSR yang tepat.

Dengan menggunakan dua pendekatan, sedikitnya ada delapan kategori perusahaan. Perusahaan ideal memiliki kategori reformis dan progresif. Tentu saja dalam kenyataannya, kategori ini bisa saja saling bertautan.

a. Berdasarkan proporsi keuntungan perusahaan dan besarnya anggaran CSR:

- Perusahaan Minimalis. Perusahaan yang memiliki *profit* dan anggaran CSR yang rendah. Perusahaan kecil dan lemah biasanya termasuk kategori ini.
- Perusahaan Ekonomis. Perusahaan yang memiliki keuntungan tinggi, namun anggaran CSR-nya rendah.

Perusahaan yang termasuk kategori ini adalah perusahaan besar, namun pelit.

- Perusahaan Humanis. Meskipun *profit* perusahaan rendah, proporsi anggaran CSR-nya relatif tinggi. Perusahaan pada kategori ini disebut perusahaan dermawan atau baik hati.
- Perusahaan Reformis. Perusahaan ini memiliki profit dan anggaran CSR yang tinggi. Perusahaan seperti ini memandang CSR bukan sebagai beban, melainkan sebagai peluang untuk lebih maju (Gambar 2.1).

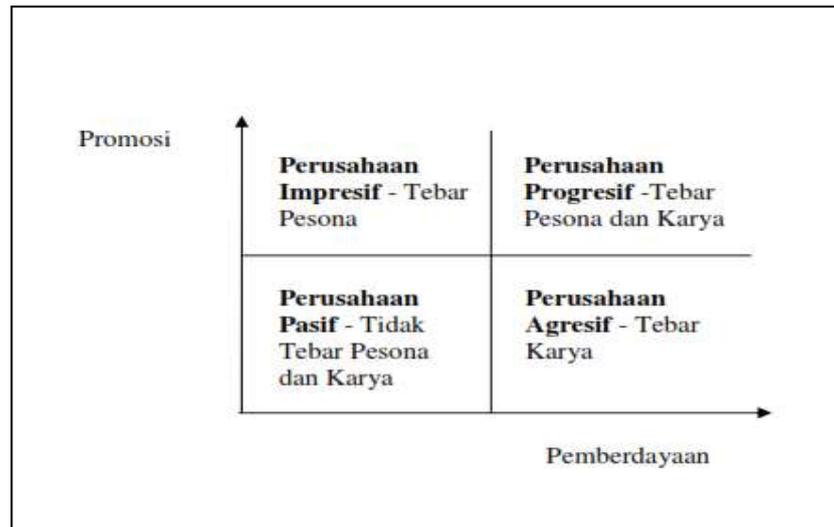


Gambar 2.1. Kategori Perusahaan Berdasarkan Profit Perusahaan dan Anggaran CSR

Sumber : Suharto (2007)

b. Berdasarkan tujuan CSR: apakah untuk promosi atau pemberdayaan masyarakat:

- Perusahaan Pasif. Perusahaan yang menerapkan CSR tanpa tujuan jelas, bukan untuk promosi, bukan pula untuk pemberdayaan, sekadar melakukan kegiatan karitatif. Perusahaan seperti ini melihat promosi dan CSR sebagai hal yang kurang bermanfaat bagi perusahaan.
- Perusahaan Impresif. CSR lebih diutamakan untuk promosi daripada untuk pemberdayaan. Perusahaan seperti ini lebih mementingkan "tebar pesona" daripada "tebar karya".
- Perusahaan Agresif. CSR lebih ditujukan untuk pemberdayaan daripada promosi. Perusahaan seperti ini lebih mementingkan karya nyata daripada tebar pesona.
- Perusahaan Progresif. Perusahaan menerapkan CSR untuk tujuan promosi dan sekaligus pemberdayaan. Promosi dan CSR dipandang sebagai kegiatan yang bermanfaat dan menunjang satu sama lain bagi kemajuan perusahaan (Gambar 2.2).



Gambar 2.2. Kategori Perusahaan Berdasarkan Tujuan CSR
 Sumber : Suharto (2007)

2. Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut Indrawan (2011), dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya, perusahaan memfokuskan perhatiannya kepada tiga hal, yaitu :

a. *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.

b. 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.

c. Sosial atau masyarakat.

Perhatian terhadap masyarakat, dapat dilakukan dengan cara melakukan aktivitas-aktivitas serta pembuatan-pembuatan kebijakan yang dapat meningkatkan kompetensi yang dimiliki di berbagai bidang, seperti pemberian beasiswa bagi pelajar di sekitar perusahaan, pendirian sarana pendidikan dan kesehatan, dan 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.

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

- a. Pengelolaan sumber daya korporasi secara amanah dan bertanggungjawab, yang akan meningkatkan kinerja korporasi secara *sustainable*.
- b. Perbaikan citra korporasi sebagai agen ekonomi yang bertanggungjawab (*good corporate citizen*) sehingga meningkatkan nilai perusahaan (*value of the firm*).
- c. Peningkatan keyakinan investor terhadap korporasi sehingga menjadi lebih atraktif sebagai target investasi.
- d. Memudahkan akses terhadap investasi domestik dan asing.
- e. Melindungi direksi dan dewan komisaris dari tuntutan hukum.

3. Prinsip-Prinsip *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Crowther David (2008) dalam Hadi (2011), mengurai prinsip-prinsip tanggung jawab sosial (*social responsibility*) menjadi tiga, yaitu:

- a. *Sustainability*, berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas (*action*) tetap memperhitungkan keberlanjutan sumberdaya di masa depan. *Sustainability* berputar pada keberpihakan dan upaya bagaimana *society* memanfaatkan sumberdaya agar tetap memperhatikan generasi masa datang.
- b. *Accountability*, merupakan upaya perusahaan terbuka dan bertanggung jawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Konsep ini menjelaskan pengaruh kuantitatif aktivitas perusahaan

terhadap pihak internal dan eksternal. Akuntabilitas dapat dijadikan sebagai media bagi perusahaan membangun *image* dan *network* terhadap para pemangku kepentingan.

- c. *Transparency*, merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal. Transparansi bersinggungan dengan pelaporan aktivitas perusahaan berikut dampak terhadap pihak eksternal. Transparansi merupakan satu hal yang amat penting bagi pihak eksternal, berperan untuk mengurangi asimetri informasi, kesalahpahaman, khususnya informasi dan pertanggungjawaban berbagai dampak dari lingkungan.

4. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Hadianto (2013), pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering juga disebut sebagai *corporate social responsibility disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting*, merupakan cara mengkomunikasikan informasi sosial kepada *stakeholders*.

Standar pengungkapan CSR yang berkembang di Indonesia adalah merujuk standar yang dikembangkan oleh *Global Reporting Initiatives* (GRI). Standar GRI dipilih karena lebih memfokuskan pada standar pengungkapan berbagai kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas, rigor, dan pemanfaatan *sustainability reporting*.

Hadianto (2013), *Global Reporting Initiative* (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. Daftar pengungkapan sosial yang berdasarkan standar GRI juga pernah digunakan oleh Waryanto (2010), peneliti ini menggunakan 6 indikator pengungkapan yaitu : ekonomi, lingkungan, tenaga kerja, hak asasi manusia, sosial dan produk. Indikator indikator yang terdapat didalam GRI yang digunakan dalam penelitian yaitu :

- a. Indikator Kinerja Ekonomi (*economic performance indicator*)
- b. Indikator Kinerja Lingkungan (*environment performance indicator*)
- c. Indikator Kinerja Tenaga Kerja (*labor practices performance indicator*)
- d. Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia (*human rights performance indicator*)
- e. Indikator Kinerja Sosial (*social performance indicator*)
- f. Indikator Kinerja Produk (*product responsibility performance indicator*)

Untuk penelitian ini indikator yang digunakan sebanyak enam kategori, yaitu indikator kinerja ekonomi, lingkungan, tenaga kerja, HAM, sosial dan produk.

Total indikator kinerja yang digunakan dalam penelitian ini mencapai 79 indikator, terdiri dari 9 indikator ekonomi, 30 indikator lingkungan, 14 indikator tenaga kerja, 9 indikator HAM, 8 indikator sosial, 9 indikator produk.

2.1.4. Profitabilitas

Menurut Heinze (1976) dalam Florence, et al. (2004) dalam Kusumadilaga (2010), profitabilitas adalah faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan kepada pemegang saham program tanggung jawab sosial secara lebih luas . Menurut Bowman & Haire (1976) dan Preston (1978) dalam Milne (1996), hubungan antara profitabilitas perusahaan dengan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan telah menjadi postulat (anggapan dasar) untuk mencerminkan pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajerial. Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial.

Menurut Brigham dan Houston (2006), profitabilitas adalah hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan manajemen perusahaan. Dengan demikian menurut Nofrita (2013), dapat dikatakan bahwa profitabilitas perusahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan pada suatu periode akuntansi. Para investor menanamkan saham pada perusahaan adalah untuk mendapatkan *return*, yang terdiri dari *yield* dan *capital gain*. Semakin tinggi kemampuan memperoleh laba,

maka semakin besar *return* yang diharapkan investor, sehingga menjadikan nilai perusahaan menjadi lebih baik.

Menurut Sartono (2001) dalam Nofrita (2013), profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva atau dengan modal (ekuitas) sendiri.

Kamil dan Herusetya (2012) dalam Rosiana dkk (2013), berpendapat bahwa tingkat profitabilitas yang semakin besar menunjukkan perusahaan mampu mendapatkan laba yang semakin besar, sehingga perusahaan mampu untuk meningkatkan aktivitas tanggung jawab sosial, serta mengungkapkan tanggung jawab sosialnya dalam laporan tahunan dengan lebih luas.

Menurut Setiawan (2005) dalam Agustine (2014), profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham.

Ukuran profitabilitas menurut Analisa (2011), dapat berbagai macam: laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi atau aktiva, dan tingkat pengembalian ekuitas pemilik. Dalam penelitian ini profitabilitas diproksikan melalui *Return on Equity* (ROE) sebagai ukuran profitabilitas perusahaan. Menurut Agustina (2013), rasio ini digunakan untuk mengukur kinerja manajemen perusahaan dalam mengelola modal yang tersedia untuk menghasilkan laba setelah pajak. Semakin besar ROE, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai perusahaan sehingga kemungkinan suatu perusahaan dalam kondisi bermasalah semakin kecil.

Menurut Indrawan (2011), ROE menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan modal sendiri. Menurut Panggabean (2005) dalam Indrawan (2011), ROE merupakan rasio antara laba bersih dengan ekuitas pada saham biasa atau tingkat pengembalian investasi pemegang saham (*rate of return on stockholder's investment*).

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai CSR dan nilai perusahaan telah banyak dilakukan baik di Indonesia maupun di negara lainnya. CSR saat ini sedang menjadi perhatian dalam dunia usaha kaitannya dengan profitabilitas dan nilai perusahaan sehingga penelitian mengenai CSR semakin banyak dilakukan dan dikembangkan.

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh antara variabel dependen nilai perusahaan, dengan variabel independen CSR yang dimoderasi dengan variabel profitabilitas.

Berikut beberapa ringkasan hasil penelitian terdahulu yang disajikan pada tabel 2.1 :

Tabel 2.1.
Penelitian Terdahulu

No.	Penelitian/ Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	José Luiz Rossi Júnior, IBMEC São Paulo / 2009	<i>What is the Value of Corporate Social Responsibility? An Answer from the</i>	Variabel independen : CSR Variabel	CSR mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan.

		<i>Brazilian</i>	dependen : nilai perusahaan	
2.	Hoje Jo and Maretno A. Harjoto / 2011	<i>Corporate Governance and Firm Value: The Impact of Corporate Social Responsibility</i>	Variabel independen : CSR Variabel dependen : <i>corporate governance</i> dan nilai perusahaan	CSR berpengaruh positif dengan internal dan eksternal <i>corporate governance</i> dan mekanisme <i>corporate governance</i> CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
3.	Dyah Ardana Riswari dan Nur Cahyonowati / 2012	Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan CG sebagai Variabel Moderating : Studi pada Publik Non Finansial yang Tercatat di BEI	Variabel independen : CSR dan CG Variabel moderasi : CG Variabel dependen : nilai perusahaan	Variabel luas pengungkapan CSR memiliki berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Variabel <i>corporate governance</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Interaksi antara <i>corporate social responsibility</i> dan <i>corporate governance</i> mempengaruhi nilai perusahaan.
4.	Gusti Ayu Made Ervina Rosiana, Gede Juliarsa Maria M., Ratna Sari / 2013	Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi	Variabel independen : CSR dan Variabel moderasi : profitabilitas Variabel dependen : nilai perusahaan	Pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2008-2013 dan profitabilitas yang diprosikan ROA mampu memperkuat pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.
5.	R. Rosiyana Dewi dan Tia Tarnia / 2011	Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan <i>Good Corporate Governance</i> sebagai Variabel	variabel independen : kinerja keuangan (ROA, ROE, <i>leverage</i>) dan GCG variabel	ROA, <i>leverage</i> dan GCG berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. ROE berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan GCG mampu

		Moderasi	<p>moderasi : GCG</p> <p>Variabel dependen : nilai perusahaan</p>	<p>mempengaruhi hubungan kinerja keuangan (ROA) terhadap nilai perusahaan.</p> <p>GCG tidak mampu mempengaruhi hubungan kinerja keuangan (ROE dan <i>leverage</i>) terhadap nilai perusahaan.</p>
6.	Silvia Agustina / 2013	Pengaruh Profitabilitas dan Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)	<p>Variabel Independen : Profitabilitas dan pengungkapan CSR</p> <p>Variabel dependen : nilai perusahaan</p>	<p>Profitabilitas yang diprosikan dengan ROE berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</p> <p>Pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</p>
7.	Putri Yuliana Mandasari, Kamaliah dan Rheny Afriana Hanif /2013	<i>The Onfluence of CSR to Firm Value with Profitability and Leverage as A Moderating Variable</i> (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2010-2012)	<p>Variabel Independen : CSR</p> <p>Variabel moderasi : profitabilitas yang diprosikan ROE dan <i>leverage</i></p> <p>Variabel dependen : nilai perusahaan</p>	<p><i>Corporate Social Responsibility</i> memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.</p> <p>Profitabilitas memoderating pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap nilai perusahaan.</p> <p><i>Leverage</i> tidak memoderating pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap nilai perusahaan.</p>
8.	Ira Agustine /2014	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan	<p>Variabel Independen : CSR</p> <p>Variabel moderasi : kepemilikan manajemen</p> <p>Variabel dependen : nilai</p>	<p>CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</p> <p>Prosentase kepemilikan manajemen dan profitabilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</p> <p>Prosentase kepemilikan</p>

			perusahaan	manajemen dan profitabilitas sebagai variabel moderating mampu mempengaruhi hubungan CSR dengan nilai perusahaan. Secara serempak CSR, prosentase kepemilikan manajemen profitabilitas, interaksi antara CSR dan prosentase kepemilikan manajemen.
9.	Umi Mardiyati / 2012	Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indoensia (BEI) periode 2005-2010	Variabel independen : kebijakan dividen (DPR), kebijakan hutang (DER), profitabilitas (ROE) Variabel dependen : nilai perusahaan	Kebijakan dividen yang diprosikan dengan variabel DPR secara parsial memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Kebijakan hutang yang diprosikan dengan variabel DER berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas yang diprosikan ROE memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
10.	Herlina Samsi, Mushar Mustafa, Grace T. Pontoh /2014	<i>The Effect of Corporate Governance on The Relationship Between Corporate Social Responsibility Disclosure and Corporate Value</i>	Variabel Independen : CSR dan corporate governance Variabel moderasi : corporate governance Variabel dependen : nilai perusahaan	<i>Corporate social responsibility</i> dan <i>corporate governance</i> berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap nilai perusahaan. <i>Corporate social responsibility</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan. <i>Corporate governance</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan. <i>Corporate governance,</i>

				sebagai variabel moderasi, ternyata tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap hubungan pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> dan nilai perusahaan.
11	Martin Surya Mulyadi dan Yunita Anwar /2012	<i>Impact of Corporate Social Responsibility toward Firm Value and Profitability</i>	Variabel independen : CSR Variabel dependen : nilai perusahaan dan profitabilitas	CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. CSR tidak berpengaruh signifikan dengan profitabilitas.
12	Yangs Analisa /2011	Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , Profitabilitas dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan	variabel independen : <i>size, leverage, ROE dan DPR</i> Variabel dependen : nilai perusahaan	Ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. <i>Leverage</i> dan kebijakan dividen tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara simultan seluruh variabel independen dalam penelitian ini berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
13	Nur Indah Febriana /2013	Pengaruh ROE terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan CSR sebagai Variabel Pemoderasi pada Perusahaan dalam JII periode 2009-2011	Variabel independen : ROE Variabel moderasi : CSR Variabel dependen : nilai perusahaan	ROE berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Pengungkapan CSR tidak dapat memperkuat hubungan ROE dengan nilai perusahaan.
14	Rianto Adi Putra /2013	Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan	Variabel independen : ukuran perusahaan dan profitabilitas Variabel	Ukuran perusahaan yang diprosikan dengan total aset berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas yang diprosikan dengan ROE tidak berpengaruh

			dependen : nilai perusahaan	terhadap nilai perusahaan.
--	--	--	-----------------------------------	----------------------------

Sumber : Penelitian Terdahulu, 2014

2.3. Hubungan Antar Variabel

2.3.1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dengan Nilai Perusahaan

Agustina (2013), pengungkapan CSR diharapkan akan mampu menaikkan nilai perusahaan. Karena kegiatan CSR merupakan keberpihakan perusahaan terhadap masyarakat. Sehingga masyarakat akan mampu memilih produk yang baik yang dinilai tidak hanya barangnya saja, tetapi juga melalui tata kelola perusahaannya. Kegiatan CSR sendiri merupakan bagian dari tata kelola perusahaan yang baik. Pada saat masyarakat yang menjadi pelanggan memiliki penilaian yang positif terhadap perusahaan, maka mereka akan loyal terhadap produk yang dihasilkan. Sehingga hal ini akan mampu menaikkan citra perusahaan yang direfleksikan melalui harga saham yang akan meningkat.

Rustiarini (2010), menyatakan bahwa perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan dapat menggunakan informasi tanggung jawab sosial sebagai keunggulan kompetitif perusahaan. Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik akan direspon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham.

Penelitian Rustiarini (2010), menemukan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh pada nilai perusahaan. Kusumadilaga (2010), mengatakan bahwa

dengan pengungkapan CSR dapat meningkatkan harga saham perusahaan yang nantinya akan meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian Jo dan Harjoto (2007), juga menemukan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Jadi, dapat disimpulkan bahwa pengungkapan CSR mempunyai hubungan yang positif terhadap nilai perusahaan. Semakin banyak pengungkapan CSR maka semakin tinggi pula nilai perusahaan.

2.3.2. Pengaruh Profitabilitas dengan Nilai Perusahaan

Profitabilitas dapat dihitung dengan ROE (*Return On Equity*). Analisa (2011), ROE mencerminkan tingkat hasil pengembalian investasi bagi pemegang saham. Profitabilitas yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi pemegang saham. Dengan rasio profitabilitas yang tinggi yang dimiliki sebuah perusahaan akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya diperusahaan. Tingginya minat investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan dengan ROE yang tinggi akan meningkatkan harga saham. Maka, akan terjadi hubungan positif antara profitabilitas dengan harga saham dimana tingginya harga saham akan mempengaruhi nilai perusahaan.

Menurut Irvan Deriyaso (2014), profitabilitas merupakan salah satu bagian finansial yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas menunjukkan tingkat keuntungan bersih yang mampu diraih oleh perusahaan saat menjalankan operasinya. Para pemegang saham selalu menginginkan keuntungan dari investasi yang mereka tanamkan pada perusahaan, keuntungan tersebut diperoleh dari

keuntungan setelah bunga dan pajak. Semakin besar keuntungan yang diperoleh semakin besar kemampuan perusahaan untuk membayarkan dividennya, sehingga akan semakin banyak investor yang berinvestasi pada perusahaan tersebut.

Agustina (2013), berbagai kebijakan yang diambil manajemen dalam upaya untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik dan para pemegang saham yang tercermin pada harga saham. Sehingga, dari kondisi tersebut investor akan berkepentingan dengan menganalisis nilai perusahaan, sebab analisis nilai perusahaan akan memberikan kebermanfaatan informasi kepada investor dalam menilai prospek perusahaan di masa mendatang dalam menghasilkan laba. Salah satu bentuk analisisnya adalah dengan melihat nilai *Return On Equity* (ROE), karena investor dapat mengetahui berapa persen pengembalian atas modalnya di dalam perusahaan tersebut. Jadi, profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai sebuah perusahaan yang bisa diketahui melalui ROE.

Hasil penelitian dilakukan Agustina (2013), menemukan bahwa profitabilitas yang diprosikan dengan ROE berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2.3.3. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dengan Nilai Perusahaan di Moderasi oleh Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan pada periode akuntansi. Dahli dan

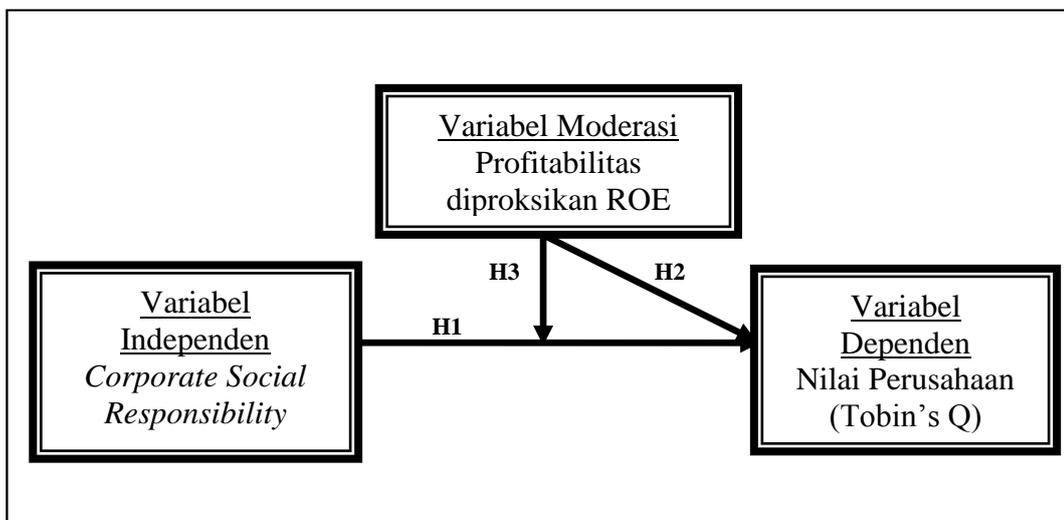
Siregar (2008) dalam Kusumadilaga (2010), mengindikasikan perilaku etis perusahaan berupa tanggung jawab sosial terhadap lingkungan sekitarnya memberikan dampak positif, yang dalam jangka panjang akan tercermin pada keuntungan (*profit*) perusahaan dan peningkatan kinerja keuangan. Menurut Husnan (2001), semakin luas informasi yang disampaikan kepada *stakeholder* dan *shareholder* maka akan semakin memperbanyak informasi yang diterima mengenai perusahaan. Hal ini akan menimbulkan kepercayaan *stakeholder* dan *shareholder* kepada perusahaan. Kepercayaan ini ditunjukkan *stakeholder* dengan diterimanya produk-produk perusahaan sehingga akan meningkatkan laba perusahaan. Menurut Bowman & Haire (1976) dan Preston (1978) dalam Milne (1996), semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin banyak pengungkapan informasi sosial yang dilakukan perusahaan. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa CSR akan meningkatkan nilai perusahaan saat profitabilitas perusahaan meningkat.

Menurut Kusumadilaga (2010), profitabilitas perusahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan pada periode akuntansi. Profitabilitas dapat menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya, karena semakin besar dividen (*dividend payout*) akan semakin menghemat biaya modal, di sisi lain para manajer (*insider*) menjadi meningkat *power*-nya bahkan bisa meningkatkan kepemilikannya akibat penerimaan dividen sebagai hasil keuntungan yang tinggi. Dengan tawaran mendapatkan hasil keuntungan yang tinggi, diharapkan dapat menarik minat investor dalam berinvestasi.

Kusumadilaga (2010), pengungkapan sosial perusahaan diwujudkan melalui kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial. Semakin baik kinerja yang dilakukan perusahaan didalam memperbaiki lingkungannya (kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial), maka nilai perusahaan semakin meningkat sebagai akibat dari para investor yang menanamkan sahamnya pada perusahaan.

2.4. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu yang telah diuraikan di atas, maka disusun kerangka pemikiran yang menggambarkan hubungan antara CSR, profitabilitas sebagai variabel independen, nilai perusahaan sebagai variabel dependen serta profitabilitas sebagai variabel pemoderasi yang akan diuji. Kerangka pemikiran disusun untuk mempermudah memahami hipotesis yang dibangun didalam penelitian. Maka kerangka pemikiran dapat dinyatakan dalam gambar 2.3.



Gambar 2.3. Kerangka Pemikiran Teoritis

Sumber : Kerangka Pemikiran Teoritis, 2014

2.5. Pengembangan Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara atau simpulan yang diambil untuk menjawab permasalahan yang diajukan dalam penelitian. Berdasarkan telaah teori dan kerangka pemikiran di atas, dapat diajukan dalam penelitian ini adalah :

H₁ : CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H₂ : Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H₃ : Profitabilitas memperkuat pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis dan Desain Penelitian

Menurut Nasution (2009) dalam Sunarni (2013), desain penelitian merupakan rencana tentang cara mengumpulkan dan menganalisis data agar dapat dilaksanakan secara ekonomis serta serasi dengan tujuan penelitian itu. Penelitian ini dimaksudkan untuk menentukan ada atau tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dan untuk menentukan ada atau tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel pemoderasi. Data yang diperoleh akan diolah dan dianalisis lebih lanjut dengan dasar-dasar teori yang telah dipelajari, sedangkan analisis dilakukan melalui pendekatan kuantitatif dengan metode statistik yang relevan untuk menguji hipotesis.

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif dengan bentuk hubungan kausal. Hal ini dikarenakan penelitian ini menggunakan rumusan masalah yang bersifat asosiatif dengan hubungan kausal. Menurut Sugiyono (2010) dalam Sunarni (2013), rumusan masalah asosiatif adalah suatu pertanyaan penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Sedangkan hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat.

Berdasarkan uraian di atas, dapat diartikan bahwa metode penelitian asosiatif dengan hubungan kausal melalui pendekatan kuantitatif adalah suatu prosedur penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan dan menganalisa

data secara sistematis guna mengetahui hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih.

Dalam penelitian ini, penelitian asosiatif dengan bentuk hubungan kausal digunakan untuk mengetahui pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan, pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, serta pengaruh profitabilitas dalam memoderasi hubungan CSR dengan nilai perusahaan.

3.2. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

Ferdinand (2011), populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang telah *go public* yang mengungkapkan CSR dan terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2011-2013. Jumlah populasi pada penelitian ini adalah 62 perusahaan.

Ferdinand (2011), sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin kita meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu kita membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel. Pengambilan sampel harus dilakukan sedemikian rupa sehingga dapat diperoleh sampel yang benar-benar dapat mewakili populasi sebenarnya, dengan kata lain sampel harus representatif. Sampel pada penelitian ini berasal dari perusahaan manufaktur yang telah *go public* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2011-2013. Pemilihan

sampel penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang representatif sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Kriteria pemilihan sampel yang akan diteliti adalah:

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang mengungkapkan CSR selama tahun 2011-2013. Jumlah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI yang mengungkapkan CSR tahun 2011-2013 sebanyak 62 perusahaan.
2. Perusahaan sampel menggunakan mata uang rupiah selama periode 2011-2013. Jumlah perusahaan manufaktur yang menggunakan mata uang rupiah selama periode 2011-2013 sebanyak 44 perusahaan.

Tabel 3.1.
Sampel Penelitian

Kriteria Sampel	
Jumlah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI yang mengungkapkan CSR selama tahun 2011-2013	62
Perusahaan yang menggunakan mata uang asing	(18)
Total Sampel	44

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2015

Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI yang mengungkapkan CSR pada tahun 2011-2013 sebanyak 62 perusahaan. Berdasarkan kriteria yang disebutkan di atas, maka jumlah sampel akhir yang memiliki data lengkap dalam penelitian ini sebanyak 44 perusahaan.

3.3. Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini dibagi menjadi tiga bagian, yaitu variabel dependen dan variabel independen serta variabel moderating.

3.3.1. Variabel Dependen (Y)

Ferdinand (2011), variabel dependen adalah variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen yang digunakan adalah nilai perusahaan.

Pada penelitian ini, nilai perusahaan diukur menggunakan Tobin's Q. Agustine (2014), Tobin's Q dihitung dengan formula sebagai berikut:

$$\text{Tobin's Q} = \frac{(\text{EMV} + \text{D})}{(\text{EBV} + \text{D})}$$

Keterangan:

Q = nilai perusahaan

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

D = nilai buku dari total hutang

EBV = nilai buku dari total aktiva

3.3.2. Variabel Independen

Ferdinand (2011), variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik yang pengaruhnya positif maupun yang pengaruhnya negatif. Penelitian ini menggunakan variabel *corporate social responsibility* dan profitabilitas sebagai variabel independen.

1. *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Nurlela dan Ishlahuddin (2008) dan Rustiarini (2010), variabel independennya adalah tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada laporan tahunan perusahaan yang akan dinilai dengan membandingkan jumlah pengungkapan yang dilakukan perusahaan dengan jumlah pengungkapan. Riswari dan Cahyonowati (2012), indikator yang digunakan dalam *checklist* mengacu pada indikator *Global Reporting Initiatives* (GRI) yang berfokus pada beberapa komponen pengungkapan, yaitu *economic, environment, labour practices, human rights, society*, dan *product responsibility* sebagai dasar *sustainability reporting*.

Bambang Suropto (1999) dalam Riswari dan Cahyonowati (2012), pengukuran kemudian dilakukan berdasarkan indeks pengungkapan masing-masing perusahaan yang dihitung melalui jumlah item yang sesungguhnya diungkapkan perusahaan dengan jumlah semua item yang mungkin diungkapkan, yang dinotasikan dalam rumus sebagai berikut:

$$\text{CSD} = \frac{n}{k}$$

Keterangan:

CSD = indeks pengungkapan CSR perusahaan

n = jumlah item pengungkapan CSR yang dipenuhi

k = jumlah semua item pengungkapan CSR (79 item)

2. Profitabilitas

Variabel independen dalam penelitian ini adalah profitabilitas yang diproksikan dengan *Return On Equity* (ROE). Sri Rahayu (2010), dari semua rasio fundamental yang dilihat oleh investor, salah satu rasio yang terpenting adalah ROE. ROE menunjukkan apakah manajemen meningkatkan nilai perusahaan pada tingkat yang dapat diterima. Untuk memperoleh nilai ROE, dihitung dengan rumus:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak dan bunga}}{\text{Ekuitas}} \times 100\%$$

3.3.3. Variabel Pemoderasi

Variabel pemoderasi dalam penelitian ini adalah profitabilitas. Selain sebagai variabel independen, profitabilitas dalam penelitian ini juga digunakan sebagai variabel pemoderasi dengan menggunakan proksi yang sama yaitu *Return On Equity* (ROE). Bambang Riyatno (1995) dalam Mandasari dkk (2013), profitabilitas yaitu tingkat keuntungan bersih yang mampu diraih oleh perusahaan pada saat menjalankan operasinya. Faktor ini juga memiliki pengaruh terhadap kebijakan dividen. Keuntungan yang layak dibagikan kepada pemegang saham adalah keuntungan setelah perusahaan memenuhi kewajiban-kewajiban tetapnya yaitu bunga dan pajak. Perusahaan yang semakin besar keuntungannya akan membayar porsi pendapatan yang semakin besar sebagai dividen. Rasio dihitung dengan membagi laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini mengukur tingkat hasil pengembalian investasi dari para pemegang saham.

Dengan kata lain rasio ini menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dengan modal sendiri yang bekerja untuk menghasilkan keuntungan.

3.4. Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan adalah metode dokumentasi. Deriyaso (2014), metode dokumentasi adalah mencari, mengumpulkan, mencatat, dan mengkaji data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, dokumen, transkrip, buku, surat kabar, majalah, jurnal, *website* dan sebagainya. Hal ini dimaksudkan untuk mengumpulkan keseluruhan data yang dibutuhkan guna menjawab persoalan penelitian dan memperkaya literatur untuk menunjang data kuantitatif yang diperoleh. Metode dokumentasi dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data sekunder yang dipublikasikan oleh pemerintah yaitu dari Bursa Efek Indonesia berupa laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan manufaktur yang terdapat dalam *IDX Statistic* tahun 2011-2013.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara penelusuran data sekunder, yaitu dilakukan dengan kepustakaan dan manual. Data yang dipergunakan dalam penelitian ini diperoleh dari *IDX Statistic* tahun 2011-2013.

3.5. Metode Analisis Data

3.5.1. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian regresi terlebih dahulu dilakukan pengujian asumsi klasik. Ghozali (2011), menyatakan bahwa analisis regresi linear berganda

perlu menghindari penyimpangan asumsi klasik supaya tidak timbul masalah dalam penggunaan analisis tersebut.

Menurut Teorema Gauss-Markov dalam Gujarati dan Porter (2011), setiap pemerkira/estimator OLS harus memenuhi kriteria BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*), yaitu:

- a. Best = yang terbaik,
- b. Linear = merupakan kombinasi linear dari data sampel,
- c. Unbiased = rata-rata atau nilai harapan, $E(\beta_2)$ harus sama dengan nilai yang sebenarnya,
- d. Efficient estimator = memiliki varians yang minimal di antara pemerkira lain yang tidak bias.

Model regresi perlu diuji dengan asumsi klasik karena kriteria BLUE diatas, yang dilakukan dengan uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, dan uji heterokedastisitas.

1. Uji Normalitas

Ghozali (2011), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen dan variabel dependen atau keduanya terdistribusikan secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Ghozali (2011), dalam uji normalitas ini ada 2 cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Alat uji yang digunakan adalah dengan analisis

grafik histogram dan grafik normal *probability plot* dan uji statistik dengan *Kolmogorov-Smirnov Z (1-Sample KS)*.

Ghozali (2011), untuk mendeteksi normalitas data dapat diuji dengan *Kolmogorov-Smirnov*, dengan pedoman pengambilan keputusan :

- 1) Nilai sig < 0,05, distribusi adalah tidak normal.
- 2) Nilai sig > 0,05, distribusi adalah normal.

Ghozali (2011), dasar pengambilan keputusan dengan analisis grafik normal *probability plot* adalah :

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

2. Uji Multikolinearitas

Ghozali (2011), uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau tidak. Model yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang tinggi di antara variabel bebas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi dapat diketahui dari nilai toleransi dan lawannya nilai *variance inflation factor* (VIF).

Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi, nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF=1/tolerance$) dan menunjukkan adanya kolonieritas yang tinggi. Nilai *cut-off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$.

Ghozali (2011), model regresi yang bebas multikolinearitas adalah yang mempunyai nilai *tolerance* di atas 0,1 atau VIF di bawah 10. Apabila *tolerance variance* di bawah 0,1 atau VIF di atas 10, maka terjadi multikolinieritas. Jika ternyata dalam model regresi terdapat multikolinieritas, maka harus menghilangkan variabel independen yang mempunyai korelasi tinggi dari model regresi.

3. Uji Autokorelasi

Ghozali (2011), uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear terdapat korelasi antara residual/kesalahan pengganggu pada periode t dengan residual periode $t-1$ (sebelumnya). Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi adalah dengan uji Durbin Watson (DW test). Metode Durbin-Watson menggunakan titik kritis yaitu batas

bawah d_l dan batas atas d_u . H_0 diterima jika nilai Durbin-Watson lebih besar dari batas atas nilai Durbin-Watson pada tabel 3.2.

Tabel 3.2.
Kriteria Autokorelasi Durbin-Watson

Hipotesis nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < d_l$
Tidak ada autokorelasi positif	<i>No Decision</i>	$d_l = d = d_u$
Tidak ada autokorelasi negative	Tolak	$4 - d_l < d < 4$
Tidak ada autokorelasi negative	<i>No Decision</i>	$4 - d_u = d = 4 - d_l$
Tidak ada autokorelasi, positif/negatif	Tdk ditolak	$d_u < d < 4 - d_u$

Sumber : Ghozali, 2011

4. Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2011), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas dilihat melalui hasil uji statistik. Uji statistik yang dilakukan adalah dengan menggunakan *Uji Glejser*. *Uji Glejser* dilakukan dengan meregresikan absolut residual (AbsUt) sebagai variabel dependen

sedangkan variabel independen tetap. Pengujian dengan *Uji Glejser* pada model regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas harus memenuhi syarat sebagai berikut:

- 1) Jika memiliki variabel yang signifikan maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak memiliki variabel yang signifikan maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.

Jika variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen, maka ada terjadi Heteroskedastisitas dan apabila terlihat nilai signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5% maka dapat disimpulkan regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

3.5.2. Analisis Regresi Linear Berganda

Ghozali (2011), analisis regresi berganda digunakan untuk mendapatkan koefisien regresi yang akan menentukan apakah hipotesis yang dibuat akan diterima atau ditolak.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh hubungan antara variabel independen (CSR) dan variabel dependen (Tobin's Q), serta menguji apakah profitabilitas mempunyai pengaruh terhadap hubungan antara CSR dan Tobin's Q. Analisis regresi berganda dalam penelitian ini menggunakan 2 model. Penggunaan 2 model regresi dimaksudkan untuk membandingkan hasil pengujian dari kedua model regresi. Model Regresi I

digunakan untuk menguji pengaruh kedua variabel independen terhadap variabel dependen tanpa memasukkan variabel pemoderasi. Sedangkan untuk Model Regresi II seluruh variabel dimasukkan dalam uji penelitian. Untuk menguji pengaruh variabel pemoderasi digunakan uji interaksi. variabel pemoderasi digunakan uji interaksi. Berikut merupakan persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini:

Persamaan Regresi Model I (Analisis Regresi Linier Berganda) :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = nilai perusahaan

a = konstanta

$b_1 - b_2$ = koefisien regresi

X_1 = variabel CSR

X_2 = variabel profitabilitas

e = *error term* (tingkat kesalahan penduga)

Persamaan Regresi Model II (MRA) :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_1X_2 + e$$

Keterangan :

Y = nilai perusahaan

a = konstanta

$b_1 - b_3$ = koefisien regresi

X_1 = variabel CSR

X_2 = variabel profitabilitas

$X_1.X_2$ = interaksi antara CSR dengan profitabilitas

e = *error term* (tingkat kesalahan penduga)

3.6. Pengujian Hipotesis

Ghozali (2011), terdapat dua jenis alat uji statistik, yaitu statistik parametrik dan statistik non parametrik. Statistik parametrik digunakan jika distribusi data yang digunakan normal, sedangkan data yang bersifat tidak normal menggunakan uji statistik non parametrik. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pengujian statistik parametrik.

Menurut Ghozali (2011), ada beberapa kondisi yang harus dipenuhi agar uji statistik parametrik dapat digunakan, yaitu:

1. Observasi harus independen.
2. Populasi asal observasi harus berdistribusi normal.
3. *Variance* populasi masing-masing grup dalam hal analisis dengan dua grup harus sama.
4. Variabel harus diukur paling tidak dalam skala interval.

Jika distribusi data bersifat normal, maka digunakanlah uji statistik parametrik. Uji regresi merupakan salah satu jenis uji statistik parametrik. Untuk menguji hipotesis yang diajukan peneliti, maka akan dilakukan uji koefisien determinasi, uji pengaruh simultan (Uji F / *Overall Significance Test*), dan uji pengaruh parsial (Uji t / *Partial Individual Test*).

3.6.1. Koefisien Determinasi (R^2)

Ghozali (2011), pengukuran koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui persentase pengaruh variabel independen terhadap perubahan variabel dependen. Dari ini diketahui seberapa besar variabel dependen mampu dijelaskan oleh variabel independennya, sedangkan sisanya dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model.

3.6.2. Uji F (*Overall Significance Test*)

Uji statistik F (*Overall Significance Test*) menunjukkan apakah variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh terhadap variabel dependennya. Kriteria pengambilan keputusannya, yaitu:

1. Bila Probabilitas $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, ini berarti bahwa secara simultan variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Bila probabilitas $> 0,05$, maka H_0 diterima H_1 ditolak, ini berarti bahwa secara simultan variabel independen tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.6.3. Uji t (*Partial Individual Test*)

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan pengujian secara pasial (uji t). Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui secara terpisah atau parsial variabel bebas berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel terikat. Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara

parsial terhadap variabel dependen, yaitu pengaruh masing-masing variabel independen yang terdiri atas *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan yang merupakan variabel dependennya.

Kriteria pengujian yang digunakan sebagai berikut :

1. Bila probabilitas $< 0,05$, maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. Artinya variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
2. Bila probabilitas $> 0,05$, maka H_1 ditolak dan H_0 diterima, variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

3.6.4. Analisis Regresi Moderasi (*Moderated Regression Analysis*)

Ghozali (2011), uji interaksi atau sering disebut *Moderated Regression Analysis* (MRA) merupakan aplikasi khusus regresi berganda linear di mana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih independen).

Menurut Ghozali (2011), tujuan analisis ini untuk mengetahui apakah variabel moderating akan memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Terdapat tiga model pengujian regresi dengan variabel moderating, yaitu uji interaksi (*Moderated Regression Analysis*), uji nilai selisih mutlak, dan uji residual.

Dalam penelitian ini akan digunakan uji MRA. MRA menggunakan pendekatan analitik yang mempertahankan integritas sampel dan memberikan dasar untuk mengontrol pengaruh variabel moderator. Metode ini dilakukan dengan

menambahkan variabel perkalian antara variabel bebas dengan variabel moderatingnya.

BAB V

PENUTUP

5.1. Simpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, kesimpulan yang dapat ditarik adalah sebagai berikut:

1. *Corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan oleh beberapa fenomena, yaitu: kecenderungan investor dalam membeli saham, rendahnya pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur tahun 2011-2013, variabel CSR tidak dapat diukur secara langsung dan beberapa perusahaan manufaktur tahun 2011-2013 tergolong perusahaan impresif/tebar pesona.
2. Profitabilitas yang diproksikan ROE berpengaruh terhadap nilai perusahaan, artinya dengan meningkatnya nilai profitabilitas akan mampu meningkatkan nilai suatu perusahaan. Hal ini dapat dijelaskan bahwa semakin besar profitabilitas suatu perusahaan memberikan indikasi prospek perusahaan yang baik sehingga dapat memicu investor untuk membeli saham. Seiring dengan peningkatan permintaan saham akan menyebabkan nilai perusahaan juga meningkat.
3. Profitabilitas sebagai variabel moderasi ternyata mampu memoderasi (memperkuat) hubungan CSR dengan nilai perusahaan. Hal ini

disebabkan karena semakin banyak CSR yang diungkapkan maka akan menimbulkan kepercayaan dari *stakeholder* dan *shareholder* sehingga laba perusahaan, citra perusahaan dan harga saham meningkat. Dengan meningkatnya harga saham tersebut akan mampu meningkatkan nilai perusahaan. Jadi, semakin tinggi tingkat profitabilitas maka semakin banyak pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan sehingga dapat disimpulkan CSR akan meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas meningkat.

5.2. Saran

Saran-saran yang dapat diajukan untuk penelitian berikutnya adalah sebagai berikut.

1. Bagi akademisi, diharapkan lebih menggali pengetahuan mengenai konsep *Corporate Social Responsibility*, profitabilitas dan nilai perusahaan dengan cara membaca banyak referensi yang membahas tentang hal tersebut. *Corporate Social Responsibility* memiliki ruang lingkup yang sangat luas maka hendaknya akademisi lebih peka terhadap masalah yang berkembang karena *Corporate Social Responsibility* memiliki dampak terhadap masyarakat.
2. Bagi peneliti selanjutnya
 - a. Dalam penelitian ini, peneliti berasumsi bahwa CSR yang diungkapkan pada tahun t berpengaruh langsung terhadap nilai perusahaan tahun t juga. Namun setelah dilakukan pengujian,

ternyata CSR pada tahun t tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan tahun t . Sehingga peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan model pengujian dengan pengambilan data CSR tahun sebelumnya. Hal ini berdasarkan asumsi bahwa pengungkapan sosial yang telah dilakukan perusahaan dapat menjadi pertimbangan bagi para *stakeholder* untuk meningkatkan nilai perusahaan di masa yang akan datang.

- b. Penelitian ini hanya menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sampel yang terbatas pada perusahaan manufaktur dikhawatirkan belum bisa mewakili semua jenis perusahaan dan kurang mencerminkan perkembangan nilai perusahaan secara keseluruhan. Oleh karena itu, diharapkan peneliti selanjutnya dapat mempertimbangkan untuk menggunakan objek penelitian yang lebih luas supaya memperoleh hasil yang lebih baik dan dapat mencerminkan secara keseluruhan.
 - c. Penelitian ini menunjukkan *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel independen yang belum atau jarang diteliti yang disinyalir dapat mempengaruhi besarnya nilai perusahaan, misalnya *good corporate governance*.
3. Bagi perusahaan, variabel profitabilitas memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, sehingga perusahaan harus dapat meningkatkan profit agar nilai perusahaan meningkat serta dapat memberikan sumbangan

pemikiran tentang pentingnya pertanggungjawaban sosial perusahaan yang diungkapkan di dalam laporan yang disebut *sustainability reporting*. Pengungkapan CSR yang rendah tidak begitu berpengaruh terhadap nilai perusahaan sehingga perusahaan perlu meningkatkan CSR untuk dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini berdasarkan teori *stakeholder*.

4. Bagi investor, agar lebih seksama dalam mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu diperhitungkan dalam investasi yang tidak hanya memilih perusahaan yang memiliki nilai perusahaan yang tinggi akan tetapi mempertimbangkan faktor-faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan seperti kualitas pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh emiten dan tingkat profitabilitas yang dihasilkan oleh emiten.

DAFTAR PUSTAKA

- Adityo. 2012. "Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility, Beta, Firm Size, dan Book Market Ratio terhadap Return Saham (Studi Kasus Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2010 – 2011)". *Skripsi*. Semarang : Fakultas Ekonomi UNDIP.
- Agustina, Silvia. 2013. "Pengaruh Profitabilitas dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)". *Artikel Penelitian*. Padang : Fakultas Ekonomi UNP.
- Agustine, Ira. 2014. "Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan". *Jurnal Manajemen Keuangan*, Vol. 2 No. 1. Hal. 42 – 47. Surabaya : Universitas Kristen Petra.
- Brigham, Eugene F. dan Joel F Houston. 2006. "*Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*". Jakarta: Salemba Empat.
- Chariri, Anis dan Imam Ghozali. 2007. "*Teori Akuntansi*". Semarang : Badan Penerbit UNDIP.
- Christiawan, Yulius Jogi dan Josua Tarigan. 2007. "Kepemilikan Manajeral: Kebijakan Hutang, Kinerja dan Nilai Perusahaan". *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 9 No.1. Hal. 1-8. Surabaya : Universitas Kristen Petra.
- Deriyaso, Irvan. 2014. "Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)". *Skripsi*. Semarang : Fakultas Ekonomi UNDIP.
- Dewanggono H.K., Ratih. 2011. "Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Laporan Tahunan terhadap Harga Saham". *Skripsi*. Semarang : Fakultas Ekonomi UNNES.

- Dewi, R. Rosiyana dan Tia Tarnia. 2011. "Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan Good Corporate Governance sebagai Variabel Moderasi". *Jurnal Informasi, Perpajakan, Akuntansi dan Keuangan Publik*, Vol. 6 No. 2. Hal. 115-132. Jakarta : Universitas Trisakti.
- Febriana, Nur Indah. 2013. Pengaruh ROE terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan CSR sebagai Variabel Pemoderasi pada Perusahaan-Perusahaan dalam JII periode 2009-2011. *Skripsi*. Yogyakarta : Fakultas Syariah dan Hukum UIN.
- Ferdinand, Augusty. 2011. "*Metode Penelitian Manajemen Edisi 3*". Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. "*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19 (Edisi Kelima)*". Semarang : Universitas Diponegoro.
- Gossling, Tobias and Chris Vocht. 2007. "Social Role Conceptions and CSR Policy Success". *Journal of Business Ethics*, No.74. Hal. 363-372. The Netherlands : Tilburg University.
- Gujarati, Damodar N dan Dawn C. Porter. 2011. "*Dasar-Dasar Ekonometrika Edisi 5*". Jakarta : Salemba Empat.
- Hadi, Nor. 2011. "*Corporate Social Responsibility*". Graha Ilmu: Yogyakarta.
- Hadianto, Muhammad Luthfi. 2013. "Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan CSR dan GCG sebagai Variabel Pemoderi (Studi Empiris pada Perusahaan Consumer Goods yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2008-2011)". *Skripsi*. Semarang : Fakultas Ekonomi UNDIP.
- Harmoni, Ati dan Ade Andriyani. 2008. "Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada Official Website Perusahaan Studi pada PT. Unilever Indonesia Tbk". *Proceeding* disajikan dalam Seminar Ilmiah Nasional Komputer dan Sistem Intelijen (KOMMIT 2008), Auditorium Universitas Gunadarma Depok, 20-21 Agustus.

- Herawaty, Vinola. 2008. "Peran Praktek Corporate Governance sebagai Moderating Variable dari Pengaruh Earnings Management terhadap Nilai Perusahaan". *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 10 No.2. Hal. 97-108. Jakarta : Universitas Trisakti.
- Indrawan, Danu Candra. 2011. "Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Perusahaan". *Skripsi*. Semarang : Fakultas Ekonomi UNDIP.
- Jensen, Michael C. 2001. "Value Maximisation, Stakeholder Theory, and the Corporate Objective Function". *Journal of European Financial Management*, Vol. 14 No. 3. Hal. 8-21.
- Jo, Hoje and Maretno A. Harjoto. 2011. "Corporate Governance and Firm Value: The Impact of Corporate Social Responsibility". *Journal of Business Ethics*, Vol. 103. Hal. 351–383. USA : Santa Clara University and Pepperdine University.
- Kusumadilaga, Rimba. 2010. "Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)". *Skripsi*. Semarang : Fakultas Ekonomi UNDIP.
- Mandasari, Putri Yuliana., Kamaliah dan Rheny Afriana Hanif. 2013. "The Influence of Corporate Social Responsibility to Firm Value with Profitability and Leverage as A Moderating Variable (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2010-2012)". *Jurnal Ekonomi*, Vol. 21 No. 4. Hal. 1-20. Pekanbaru : Universitas Riau.
- Mardiasari, Nilla. 2012. "Pengaruh Return On Asset terhadap Niai Perusahaan dengan Pengungkapan Good Corporate Governance sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Pada Perusahaan yang Masuk Daftar Efek Syariah Periode 2007 – 2010)". *Skripsi*. Yogyakarta : UIN Sunan Kalijaga.

- Mardiyati, Umi, dkk. 2012. "Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2005 – 2010". *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, Vol. 3 No. 1. Hal. 1 – 17. Jakarta : Universitas Negeri Jakarta.
- McWilliams , Abigail and Donald Siegel. 2000. "Corporate Social Responsibility and Financial Performance: Correlation or Misspecification?". *Journal of Strategic Management*, Vol. 21 No. 5. 603-609.
- Milne, David Hackston Markus J. 1996. "Some Determinants of Social and Environmental Disclosures in New Zealand Companies". *Journal of Accounting, Auditing & Accountability*, Vol. 9 No. 1. Hal. 77-108. New Zealand : University of Otago.
- Mulyadi, Martin Surya dan Yunita Anwar. 2012. "Impact of Corporate Social Responsibility toward Firm Value and Profitability". *Jurnal Bisnis*, Vol. 19 No. 2. Jakarta : Universitas Bina Nusantara.
- Nofrita, Ria. 2013. "Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Dividen sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI)". *Artikel*. Padang : Fakultas Ekonomi UNP.
- Nurlela, Rika dan Islahuddin. 2008. "Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta)". *Jurnal*. Pontianak : Universitas Syiah Kuala.
- Permanasari, Wien Ika. 2010. "Pengaruh Kepemilikan Manajemen, Kepemilikan Institusional, dan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan". *Skripsi*. Semarang : Fakultas Ekonomi UNDIP.
- Putra, Rianto Adi. 2013. Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Skripsi*. Fakultas Bisnis :Universitas Kristen Duta Wacana

- Putri, Okta Prastika Utomo. 2014. "Peran Profitabilitas sebagai Moderating Variabel dari Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI). *Jurnal*. Semarang : Universitas Dian Nuswantoro.
- Rahayu, Sri. 2010. Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan CSR dan GCG sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur di BEJ). *Skripsi*. Semarang : Fakultas Ekonomi UNDIP.
- Rakhiemah, Aldilla Noor dan Dian Agustia. 2009. "Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure dan Kinerja Finansial Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia". *Jurnal*. Surabaya : Universitas Airlangga.
- Ramadhani, Laras Surya dan Basuki Hadiprajitno. 2012. "Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI". *Jurnal Akuntansi dan Auditing*, Vol. 8 No. 2. Hal. 95-189. Semarang : UNDIP.
- Retno, Reny Dyah dan Denies Priantinah. 2012. "Pengaruh Good Corporate Governance dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2007 – 2010)". *Jurnal Nominal*, Vol. 1 No. 1. Hal. 84 – 103. Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta.
- Reverte, Carmelo. 2008. "Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure Ratings by Spanish Listed Firms". *Journal of Business Ethics*, No. 88. Hal. 351–366. Spain : Technical University of Cartagena.
- Riswari, Dyah Ardana dan Nur Cahyonowati. 2012. "Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Governance sebagai Variabel Moderating (Studi pada Perusahaan Publik Non Finansial yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2009)". *Jurnal Akuntansi*, Vol. 1 No. 1. Hal. 1-12. Semarang : UNDIP.

- Rosiana, Gusti Ayu Made Ervina dan Gede Juliarsa, Maria M. Ratna Sari. 2013. "Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi". *Jurnal Akuntansi*, Vol. 5 No. 3. Hal. 723 – 738. Bali : Universitas Udayana.
- Rossi, José L. 2009. "What is the Value of Corporate Social Responsibility? An Answer from the Brazilian Sustainability Index". *Journal*. São Paulo : IBMEC.
- Rustiarini, Ni Wayan. 2010. "Pengaruh Corporate Governance pada Hubungan Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan". *Simposium Nasional Akuntansi XIII Purwokerto 2010*. Denpasar : Universitas Mahasaraswati Denpasar
- Samsi, Herlina., Mushar Mustafa, Grace T. Pontoh. 2014. "The Effect of Corporate Governance on The Relationship Between Corporate Social Responsibility Disclosure and Corporate Value". *The Indonesian Accounting Review*, Vol. 4 No. 1. Hal. 1-14.
- Sayekti, Yosefa dan Ludovicus Sensi Wondabio. 2007. "Pengaruh CSR Disclosure terhadap Earning Response Coefficient". *Simposium Nasional Akuntansi X*, Makasar, 26-28 Juli.
- Suad, Husnan. 2001. *Dasar-Dasar Teori Portofolio dan Analisis Sekuritas*. Yogyakarta : UPP AMP YKPN.
- Suharto, Edi. 2007. *Corporate Social Responsibility : What is and Benefit for Corporate*. <http://www.policy.hu/suharto>. (2 Maret 2015).
- Sunarni, Meni. 2013. "Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Prifitabilitas, Nilai Perusahan dan Risiko Keuangan terhadap Praktik Perataan Laba (Income Smoothing) pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia". *Skripsi* . Bandung :UPI.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Jakarta.

Wahyudi, Untung dan Hartini Prasetyaning Pawestri. 2006. "Implikasi Struktur Kepemilikan terhadap Nilai Perusahaan : dengan Keputusan Keuangan sebagai Variabel Intervening". *Simposium Nasional Akuntansi IX*, Padang, 23-26 Agustus.

Waryanti. 2009. Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Sosial pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. *Skripsi*. Semarang : Fakultas Ekonomi : UNDIP.

Waryanto. 2010. Pengaruh Karakteristik Good Corporate Governance (GCG) terhadap Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) di Indonesia. *Skripsi*. Semarang : Fakultas Ekonomi : UNDIP.

Yang, Analisa. 2011. Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Profitabilitas dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI 2006-2008). *Skripsi*. Semarang : Fakultas Ekonomi UNDIP.

www.idx.com

LAMPIRAN – LAMPIRAN

Lampiran 1.

DAFTAR INDIKATOR PENGUNGKAPAN CSR MENURUT GRI

NO	KATEGORI
INDIKATOR KINERJA EKONOMI	
Kinerja Ekonomi	
1	1. Nilai ekonomi yang dihasilkan dan didistribusikan secara langsung, termasuk pendapatan, biaya operasi, kompensasi kepada karyawan, donasi dan investasi ke masyarakat, laba ditahan serta pembayaran ke penyedia modal dan pemerintah.
2	2. Implikasi keuangan dan berbagai risiko dan peluang untuk segala aktivitas perusahaan dalam menghadapi perubahan iklim.
3	3. Daftar cakupan kewajiban perusahaan dalam perencanaan benefit yang sudah ditetapkan.
4	4. Bantuan keuangan finansial signifikan yang diperoleh dari pemerintah.
Keberadaan Pasar	
5	1. Parameter standar upah karyawan di jenjang awal dibandingkan dengan upah karyawan minimum yang berlaku pada lokasi operasi tertentu.
6	2. Kebijakan, penerapan dan pembagian pembelanjaan pada subkontraktor (mitra kerja) setempat yang ada di berbagai lokasi operasi.
7	3. Prosedur penerimaan tenaga kerja lokal dan beberapa orang di level manajemen senior yang diambil dari komunitas setempat di beberapa lokasi operasi.
Dampak Ekonomi Tidak Langsung	
8	1. Pengembangan dan dampak dari investasi infrastruktur dan pelayan yang disediakan terutama bagi kepentingan publik melalui perdagangan, jasa dan pelayanan ataupun yang sifatnya pro bono.
9	2. Pemahaman dan penjelasan atas dampak ekonomi secara tidak langsung, termasuk luasan dampak.
INDIKATOR KINERJA BIDANG LINGKUNGAN	
Material	

10	1. Material yang digunakan dan diklasifikasikan berdasarkan berat dan ukuran.
11	2. Persentase material bahan daur ulang yang digunakan.
Energi	
12	1. Pemakaian energi yang berasal dari sumber utama baik secara langsung maupun tidak langsung.
13	2. Pemakaian energi yang berasal dari sumber utama secara tidak langsung.
14	3. Energi yang berhasil dihemat berkat adanya efisiensi dan konservasi yang lebih baik.
15	4. Inisiatif penyediaan produk dan jasa yang menggunakan energi efisien atau sumber daya terbarukan, serta pengurangan penggunaan energi sebagai dampak dari inisiatif ini.
16	5. Inisiatif dalam hal pengurangan pemakaian energi secara tidak langsung dan pengurangan yang berhasil dilakukan.
Air	
17	1. Total pemakaian air dari sumbernya.
18	2. Pemakaian air yang memberi dampak cukup signifikan pada sumber mata air.
19	3. Persentase dan total jumlah air yang didaur ulang dan digunakan kembali.
Keanekaragaman Hayati	
20	1. Lokasi dan luas lahan yang dimiliki, disewakan, dikelola, atau berdekatan dengan area yang dilindungi dan area dengan nilai keanekaragaman hayati yang tinggi diluar area yang dilindungi.
21	2. Deskripsi dampak signifikan yang ditimbulkan oleh aktivitas, produk, dan jasa pada keanekaragaman hayati yang ada di wilayah yang dilindungi serta area dengan nilai keanekaragaman hayati di luar wilayah yang dilindungi.
22	3. Habitat yang dilindungi atau dikembalikan kembali.
23	4. Strategi, aktivitas saat ini dan rencana masa depan untuk mengelola dampak terhadap keanekaragaman hayati.
24	5. Jumlah spesies IUCN Red List dan spesies yang masuk dalam daftar konservasi nasional dengan habitat di wilayah yang terkena dampak operasi, berdasarkan risiko kepunahan.
Emisi, Effluent, dan Limbah	

25	1. Total emisi gas rumah kaca secara langsung dan tidak langsung yang diukur berdasarkan berat.
26	2. Emisi gas rumah kaca secara tidak langsung dan relevan yang diukur berdasarkan berat.
27	3. Inisiatif untuk mengurangi emisi gas rumah kaca dan pengurangan yang berhasil dilakukan.
28	4. Emisi dari substansi perusak lapisan ozon yang diukur berdasarkan berat.
29	5. NO, SO dan emisi udara lain yang signifikan dan diklasifikasikan berdasarkan jenis dan berat.
30	6. Total air yang dibuang berdasarkan kualitas dan tujuan.
31	7. Total berat dari limbah yang diklasifikasikan berdasarkan jenis dan metode pembuangan.
32	8. Total biaya dan jumlah yang tumpah.
33	9. Berat dari limbah yang ditransportasikan, diimpor, diekspor atau diolah yang diklasifikasikan berbahaya berdasarkan Basel Convention Annex I, II, III, dan VIII, dan persentase limbah yang dikapalkan secara internasional.
34	10. Identitas, ukuran, status yang dilindungi dan nilai keanekaragaman hayati yang terkandung di dalam air dan habitat yang ada disekitarnya secara signifikan terkena dampak akibat adanya laporan mengenai kebocoran dan pemborosan air yang dilakukan oleh perusahaan.
Produk dan Jasa	
35	1. Inisiatif untuk mengurangi dampak buruk pada lingkungan yang diakibatkan oleh produk dan jasa, dan memperluas dampak dari inisiatif ini.
36	2. Persentase dari produk yang terjual dan materi kemasan dikembalikan berdasarkan kategori.
Kesesuaian	
37	1. Nilai moneter dari denda dan jumlah biaya sanksi-sanksi akibat adanya pelanggaran terhadap peraturan dan hukum lingkungan hidup.
Transport	
38	1. Dampak signifikan terhadap lingkungan yang diakibatkan adanya transportasi produk, benda lain dan materi yang digunakan perusahaan dalam operasinya mengirim para pegawainya.
Keseluruhan	

39	1. Jumlah biaya untuk perlindungan lingkungan dan investasi berdasarkan jenis kegiatan.
INDIKATOR PRAKTIK TENAGA KERJA DAN KINERJA PEKERJA YANG LAYAK	
Ketenagakerjaan	
40	1. Komposisi jumlah tenaga kerja berdasarkan tipe pekerjaan, kontrak kerja dan lokasi.
41	2. Jumlah total dan rata-rata turnover tenaga kerja berdasarkan kelompok usia, jenis kelamin dan area.
42	3. Benefit yang diberikan kepada pegawai tetap.
Hubungan Tenaga Kerja/Manajemen	
43	1. Persentase pegawai yang dijamin oleh ketetapan hasil negoisasi yang dibuat secara kolektif.
44	2. Batas waktu minimum pemberitahuan yang terkait mengenai perubahan kebijakan operasional, termasuk mengenai apakah hal tersebut akan tercantum dalam perjanjian bersama.
Keselamatan dan Kesehatan Kerja	
45	1. Persentase total pegawai yang ada dalam struktur formal manajemen, yaitu komite keselamatan dan kesehatan kerja yang membantu mengawasi dan memberi arahan dalam program keselamatan dan kesehatan kerja.
46	2. Tingkat dan jumlah kecelakaan, jumlah hari hilang, dan tingkat absensi yang ada dilihat berdasarkan area.
47	3. Program pendidikan, pelatihan, pembimbingan, pencegahan dan pengendalian risiko diadakan untuk membantu pegawai, keluarga mereka dan lingkungan sekitar dalam menanggulangi penyakit serius.
48	4. Hal-hal mengenai keselamatan dan kesehatan kerja tercantum secara formal dan tertulis dalam sebuah perjanjian bersama serikat pekerja.
Pendidikan dan Pelatihan	
49	1. Jumlah waktu rata-rata untuk pelatihan setiap tahunnya, setiap pegawai berdasarkan kategori pegawai.
50	2. Program keterampilan manajemen dan pendidikan jangka panjang yang mendukung keakapan para pegawai dan membantu mereka untuk maju dan terus berkarir.
51	3. Persentase dari para pegawai yang menerima penilaian atas performa dan perkembangan karir mereka secara berkala.
Keanekaragaman dan Kesempatan yang Sama	

52	1. Komposisi badan tata kelola dan penjabaran pegawai berdasarkan kategori seperti jenis kelamin, usia, kelompok minoritas dan indikasi keanekaragaman lainnya.
53	2. Perbandingan upah standar antara pria dan wanita berdasarkan kategori pegawai.
INDIKATOR KINERJA HAK ASASI MANUSIA	
Praktik Investasi dan Pengadaan	
54	1. Persentase dan total jumlah perjanjian investasi yang ada dan mencakup pasal mengenai hak asasi manusia atau telah melalui evaluasi mengenai hak asasi manusia.
55	2. Persentase dari mitra kerja dan pemasok yang telah melalui proses seleksi berdasarkan prinsip-prinsip HAM yang telah dijalankan.
56	3. Total jumlah waktu pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur yang terkait dengan aspek HAM yang berhubungan dengan prosedur kerja, termasuk persentase pegawai yang dilatih.
Non-Diskriminasi	
57	1. Total jumlah kasus diskriminasi dan langkah penyelesaian masalah yang diambil.
Kebebasan Berserikat dan Daya Tawar Kelompok	
58	1. Prosedur kerja yang teridentifikasi dimana hak untuk melatih kebebasan berserikat dan perundingan bersama menjadi berisiko dan langkah yang diambil untuk mendukung hak kebebasan berserikat tersebut.
Tenaga Kerja Anak	
59	1. Prosedur kerja yang teridentifikasi memiliki risiko akan adanya pekerja anak dan langkah yang diambil untuk menghapuskan pekerja anak.
Pegawai Tetap dan Kontrak	
60	1. Prosedur kerja yang teridentifikasi memiliki risiko akan adanya pegawai tetap dan kontrak, dan langkah yang diambil untuk menghapuskan pegawai tetap.
Praktik Keselamatan	
61	1. Persentase petugas keamanan yang dilatih sesuai dengan kebijakan atau prosedur perusahaan yang terkait dengan aspek HAM dan prosedur kerja.
Hak Masyarakat (Adat)	
62	1. Total jumlah kasus pelanggaran yang berkaitan dengan hak masyarakat adat dan langkah yang diambil.

INDIKATOR KINERJA MASYARAKAT	
Kemasyarakatan	
63	1. Sifat, cakupan, dan keefektifan atas program dan kegiatan apapun yang menilai dan mengelola dampak operasi terhadap masyarakat, termasuk saat memasuki wilayah operasi, selama beroperasi dan pasca operasi.
Korupsi	
64	1. Persentase dan total jumlah unit yang dianalisa memiliki risiko terkait tindak penyuapan dan korupsi.
65	2. Persentase jumlah pegawai yang dilatih dalam prosedur dan kebijakan perusahaan terkait penyuapan dan korupsi.
66	3. Langkah yang diambil dalam mengatasi kasus tindak penyuapan dan korupsi.
Kebijakan Publik	
67	1. Deskripsi kebijakan umum dan kontribusi dalam pengembangan kebijakan umum dan prosedur lobi.
68	2. Perolehan keuntungan secara finansial dan bentuk keuntungan lainnya yang diperoleh dari hasil kontribusi kepada partai politik, politisi dan instansi terkait oleh negara.
Perilaku Anti Persaingan	
69	1. Total jumlah tindakan hukum terhadap sikap anti kompetisidan praktik monopoli dan kecurangan-kecurangan yang dihasilkan dari praktik-praktik tersebut.
Kesesuaian	
70	1. Nilai moneter dari denda dan jumlah biaya sanksi-sanksi akibat pelanggaran hukum dan kebijakan.
INDIKATOR KINERJA TANGGUNG JAWAB DARI DAMPAK PRODUK	
Keselamatan dan Kesehatan Konsumen	
71	1. Proses dan tahapan kerja dalam mempertahankan kesehatan dan keselamatan konsumen dalam penggunaan produk atau jasa yang dievaluasi untuk perbaikan dan persentase dari kategori produk dan jasa yang terkait dalam prosedur tersebut.
72	2. Jumlah total kasus pelanggaran kebijakan dan mekanisme kepatuhan yang terkait dengan kesehatan dan keselamatan konsumen dalam keseluruhan proses, diukur berdasarkan hasil akhirnya.
Labelling Produk dan Jasa	
73	1. Jenis informasi produk dan jasa yang dibutuhkan dalam prosedur kerja, dan persentase produk dan jasa yang terkait dalam prosedur tersebut.
74	2. Jumlah total kasus pelanggaran kebijakan dan mekanisme kepatuhan yang terkait dengan informasi produk dan jasa, dan pelabelan, diukur berdasarkan hasil akhirnya.

75	3. Praktik-praktik yang terkait dengan kepuasan konsumen, termasuk hasil survei evaluasi kepuasan konsumen.
Komunikasi Pemasaran	
76	1. Program-program yang mendukung adanya standar hukum dan mekanisme kepatuhan yang terkait dengan komunikasi penjualan, termasuk iklan, promosi dan bentuk kerjasama.
77	2. Jumlah total kasus pelanggaran kebijakan dan mekanisme kepatuhan yang terkait dengan komunikasi penjualan, termasuk iklan, promosi dan bentuk kerjasama, diukur berdasarkan hasil akhirnya.
Privasi Konsumen	
78	1. Jumlah total pengaduan yang tervalidasi yang berkaitan dengan pelanggaran privasi konsumen dan data konsumen yang hilang.
Kesusaian	
79	1. Nilai moneter dari denda dan jumlah biaya sanksi-sanksi akibat pelanggaran hukum dan kebijakan yang terkait dengan pengadaan dan penggunaan produk dan jasa.

Sumber : *Global Reporting Initiatives (GRI) G3 Guidlines* dalam Waryanto (2010)

Lampiran 2.

DAFTAR PERUSAHAAN SAMPEL PENELITIAN

No	Nama Perusahaan	Kode Saham
1	PT. Ultrajaya Milk Tbk	ULTJ
2	PT. Indo Acidatama Tbk	SRSN
3	PT. Budi Acid Jaya Tbk	BUDI
4	PT. Duta Pertiwi Nusantara Tbk	DPNS
5	PT. Berlina Tbk	BRNA
6	PT. Lionmesh Prima Tbk	LMSH
7	PT. Pyridam Farma Tbk	PYFA
8	PT. Mandom Indonesia Tbk	TCID
9	PT. Astra International Tbk	ASII
10	PT. Astra Otoparts Tbk	AUTO
11	PT. Fajar Surya Wisesa Tbk	FASW
12	PT. Gudang Garam Tbk	GGRM
13	PT. H.M. Sampoerna Tbk	HMSP
14	PT. Indocement Tunggul Prakasa Tbk	INTP
15	PT. Kalbe Farma Tbk	KLBF
16	PT. Holcim Indonesia Tbk	SMCB
17	PT. Selamat Sempurna Tbk	SMSM

18	PT. Trias Sentosa Tbk	TRST
19	PT. Unilever Indonesia Tbk	UNVR
20	PT. Indofood Sukses Makmur Tbk	INDF
21	PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	ICBP
22	PT. Kimia Farma Tbk	KAEF
23	PT. Apac Citra Centertex Tbk	MYTX
24	PT. Sunson Textile Manufacture Tbk	SSTM
25	PT. KMI Wire & Cable Tbk	KBLI
26	PT. Voksel Electric Tbk	VOKS
27	PT. Akasha Wira International Tbk	ADES
28	PT. Delta Djakarta Tbk	DLTA
29	PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk	ROTI
30	PT. Bantoel Internasional Investama Tbk	RMBA
31	PT. Indofarma Tbk	INAF
32	PT. Tempo Scan Pacific Tbk	TSPC
33	PT. Martina Berto Tbk	MBTO
34	PT. Kedawung Setia Industrial Tbk	KDSI
35	PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk	SMGR
36	PT. Keramik Indonesia Assosiasi Tbk	KIAS
37	PT. Mulia Industrindo Tbk	MLIA
38	PT. Surya Toto Indonesia Tbk	TOTO

39	PT. Eterindo Wahanatama Tbk	ETWA
40	PT. Intanwijaya Internasional Tbk	INCI
41	PT. Sekawan Intipratama Tbk	SIAP
42	PT. Yanaprima Hastapersada Tbk	YPAS
43	PT. Charoen Pokphand Indonesia Tbk	CPIN
44	PT. Sierad Produce Tbk	SIPD

Sumber : *IDX Statistics 2015*, diolah

Lampiran 3.

Daftar Indeks Pengungkapan CSR Perusahaan Manufaktur Tahun 2011

No	Kode	Eko	Ling	Tk&K3	HAM	Masy	Prod	Jumlah	CSR (%)
1	ULTJ	0	0	1	0	14	0	15	18.99
2	SRSN	0	0	0	0	13	0	13	16.46
3	BUDI	0	2	0	0	25	0	27	34.18
4	DPNS	0	1	1	0	8	0	10	12.66
5	BRNA	0	2	2	0	2	1	7	8.86
6	LMSH	0	0	0	0	3	0	3	3.80
7	PYFA	0	0	0	0	6	0	6	7.59
8	TCID	0	2	0	0	4	0	6	7.59
9	ASII	1	3	0	0	6	0	10	12.66
10	AUTO	2	3	0	0	6	2	13	16.46
11	FASW	0	5	2	0	7	0	14	17.72
12	GGRM	0	4	0	0	14	0	18	22.78
13	HMSP	3	3	0	0	2	0	8	10.13
14	INTP	2	4	0	0	3	0	9	11.39
15	KLBF	0	4	3	0	12	3	22	27.85
16	SMCB	1	5	6	0	10	0	22	27.85
17	SMSM	0	0	5	0	10	0	15	18.99

18	TRST	0	0	0	0	6	0	6	7.59
19	UNVR	11	4	0	0	4	0	19	24.05
20	INDF	4	5	0	0	8	0	17	21.52
21	ICBP	3	2	0	0	11	0	16	20.25
22	KAEF	1	0	0	0	8	0	9	11.39
23	MYTX	0	0	0	0	2	3	5	6.33
24	SSTM	0	0	5	0	5	0	10	12.66
25	KBLI	0	0	5	0	4	0	9	11.39
26	VOKS	0	0	0	0	6	0	6	7.59
27	ADES	0	2	0	0	1	0	3	3.80
28	DLTA	0	0	0	0	7	0	7	8.86
29	ROTI	0	0	7	0	4	0	11	13.92
30	RMBA	0	1	0	0	1	0	2	2.53
31	INAF	2	1	1	0	16	0	20	25.32
32	TSPC	0	0	1	0	4	0	5	6.33
33	MBTO	3	5	0	0	4	0	12	15.19
34	KDSI	0	0	0	0	4	0	4	5.06
35	SMGR	6	2	0	0	22	0	30	37.97
36	KIAS	0	0	0	0	4	0	4	5.06
37	MLIA	1	5	0	0	7	0	13	16.46
38	TOTO	10	0	0	0	10	0	20	25.32

39	ETWA	0	0	2	0	11	0	13	16.46
40	INCI	1	1	2	1	1	0	6	7.59
41	SIAP	0	3	0	0	1	0	4	5.06
42	YPAS	0	3	0	0	9	0	12	15.19
43	CPIN	0	0	0	0	9	0	9	11.39
44	SIPD	0	0	0	0	11	0	11	13.92

Sumber : Data sekunder tahun 2011, diolah.

Lampiran 4.

Daftar Indeks Pengungkapan CSR Perusahaan Manufaktur Tahun 2012

No	Kode	Eko	Ling	Tk&K3	HAM	Masy	Prod	Jumlah	CSR (%)
1	ULTJ	0	2	1	0	15	0	18	22.78
2	SRSN	0	2	5	0	9	1	17	21.52
3	BUDI	0	2	1	0	25	0	28	35.44
4	DPNS	0	2	1	0	7	0	10	12.66
5	BRNA	0	3	3	0	4	0	10	12.66
6	LMSH	0	0	1	0	7	2	10	12.66
7	PYFA	0	0	0	0	6	0	6	7.59
8	TCID	0	16	10	0	7	4	37	46.84
9	ASII	0	3	2	0	2	3	10	12.66
10	AUTO	0	1	13	0	8	0	22	27.85
11	FASW	0	5	1	0	5	0	11	13.92
12	GGRM	0	6	0	0	12	0	18	22.78
13	HMSP	3	4	3	0	8	4	22	27.85
14	INTP	0	6	3	0	1	3	13	16.46
15	KLBF	0	17	4	0	11	4	36	45.57
16	SMCB	0	0	3	0	4	0	7	8.86
17	SMSM	0	0	5	0	7	0	12	15.19

18	TRST	0	0	0	0	6	0	6	7.59
19	UNVR	5	3	0	0	17	0	25	31.65
20	INDF	3	4	3	0	13	4	27	34.18
21	ICBP	4	4	6	0	13	4	31	39.24
22	KAEF	1	1	3	0	8	0	13	16.46
23	MYTX	0	6	0	0	2	1	9	11.39
24	SSTM	0	0	5	0	5	0	10	12.66
25	KBLI	0	3	5	0	4	5	17	21.52
26	VOKS	0	5	2	0	3	2	12	15.19
27	ADES	0	6	0	0	2	0	8	10.13
28	DLTA	0	0	0	0	8	0	8	10.13
29	ROTI	0	0	2	0	3	0	5	6.33
30	RMBA	0	3	0	0	5	0	8	10.13
31	INAF	0	4	5	0	4	3	16	20.25
32	TSPC	0	0	1	0	4	0	5	6.33
33	MBTO	9	3	0	0	9	0	21	26.58
34	KDSI	0	3	0	0	2	0	5	6.33
35	SMGR	5	1	0	0	25	0	31	39.24
36	KIAS	0	0	0	0	4	0	4	5.06
37	MLIA	1	5	0	0	7	0	13	16.46
38	TOTO	0	10	0	0	8	0	18	22.78

39	ETWA	4	6	9	0	11	0	30	37.97
40	INCI	0	1	5	0	2	0	8	10.13
41	SIAP	0	3	0	0	1	0	4	5.06
42	YPAS	0	2	2	0	12	4	20	25.32
43	CPIN	0	0	0	0	9	0	9	11.39
44	SIPD	0	0	2	0	8	0	10	12.66

Sumber : Data sekunder tahun 2012, diolah.

Lampiran 5.

Daftar Indeks Pengungkapan CSR Perusahaan Manufaktur Tahun 2013

No	Kode	Eko	Ling	Tk&K3	HAM	Masy	Prod	Jumlah	CSR (%)
1	ULTJ	0	8	1	0	12	2	23	29.11
2	SRSN	0	12	8	0	5	3	28	35.44
3	BUDI	0	2	1	0	26	0	29	36.71
4	DPNS	0	7	5	0	5	4	21	26.58
5	BRNA	0	3	14	0	4	2	23	29.11
6	LMSH	1	0	1	0	1	2	5	6.33
7	PYFA	0	0	0	0	5	0	5	6.33
8	TCID	0	13	9	0	8	3	33	41.77
9	ASII	1	7	3	0	5	3	19	24.05
10	AUTO	2	6	10	0	3	2	23	29.11
11	FASW	0	4	1	0	8	0	13	16.46
12	GGRM	0	5	0	0	15	0	20	25.32
13	HMSP	4	2	4	0	8	4	22	27.85
14	INTP	3	10	0	0	10	0	23	29.11
15	KLBF	0	6	5	0	12	2	25	31.65
16	SMCB	0	0	3	0	4	0	7	8.86
17	SMSM	0	0	5	0	9	0	14	17.72

18	TRST	0	0	0	0	6	0	6	7.59
19	UNVR	3	5	0	0	3	0	11	13.92
20	INDF	7	6	3	0	16	5	37	46.84
21	ICBP	7	4	2	0	11	4	28	35.44
22	KAEF	1	1	3	0	8	0	13	16.46
23	MYTX	0	0	0	0	2	0	2	2.53
24	SSTM	0	0	5	0	5	0	10	12.66
25	KBLI	0	3	5	0	9	5	22	27.85
26	VOKS	0	6	2	0	7	0	15	18.99
27	ADES	0	5	0	0	2	0	7	8.86
28	DLTA	0	0	0	0	17	0	17	21.52
29	ROTI	1	4	10	0	4	4	23	29.11
30	RMBA	0	3	0	0	7	0	10	12.66
31	INAF	0	1	0	0	9	2	12	15.19
32	TSPC	0	0	0	0	10	0	10	12.66
33	MBTO	4	9	0	0	4	0	17	21.52
34	KDSI	0	1	0	0	2	0	3	3.80
35	SMGR	3	1	14	0	19	0	37	46.84
36	KIAS	0	1	0	0	5	0	6	7.59
37	MLIA	1	5	0	0	7	0	13	16.46
38	TOTO	0	10	0	0	9	0	19	24.05

39	ETWA	3	2	5	0	8	2	20	25.32
40	INCI	0	1	4	1	2	0	8	10.13
41	SIAP	0	3	0	0	1	0	4	5.06
42	YPAS	0	2	2	0	14	4	22	27.85
43	CPIN	0	1	2	0	9	2	14	17.72
44	SIPD	0	1	10	0	15	1	27	34.18

Sumber : Data sekunder tahun 2013, diolah.

Lampiran 6.

DAFTAR RASIO TOBIN'S Q PERUSAHAAN MANUFAKTUR TAHUN 2011

No	Kode	CP	JUB	EMV	D (Total Hutang)	EBV (TotalAktiva)	Tobin's Q (%)
1	ULTJ	1,080	2,888,382,000	3,119,452,560,000	776,735,279,582	2,179,181,979,434	131.81
2	SRSN	54	6,020,000,000	325,080,000,000	108,941,955,000	361,182,183,000	92.32
3	BUDI	240	3,783,367,329	908,008,158,960	1,312,354,000,000	2,123,285,000,000	64.63
4	DPNS	710	331,129,952	235,102,265,920	41,153,432,429	172,322,620,690	129.41
5	BRNA	1,770	138,000,000	244,260,000,000	389,457,125,000	643,963,801,000	61.32
6	LMSH	5,000	9,600,000	48,000,000,000	40,816,452,492	98,019,132,648	63.97
7	PYFA	176	535,080,000	94,174,080,000	35,636,351,337	118,033,602,852	84.47
8	TCID	7,700	201,066,667	1,548,213,335,900	110452261687.00	1,130,865,062,422	133.62
9	ASII	74,000	4,048,355,314	299,578,293,236,000	77,683,000,000,000	153,521,000,000,000	163.17
10	AUTO	3,400	3,855,786,400	13,109,673,760,000	2,241,333,000,000	6,964,227,000,000	166.76
11	FASW	4,375	2,477,888,787	10,840,763,443,125	3,134,396,282,692	4,936,093,736,569	173.16
12	GGRM	62,050	1,924,088,000	119,389,660,400,000	14,537,777,000,000	39,088,705,000,000	249.74
13	HMSP	39,000	4,383,000,000	170,937,000,000,000	9,027,088,000,000	19,329,758,000,000	634.64
14	INTP	17,050	3,681,231,699	62,765,000,467,950	2,417,380,000,000	18,151,331,000,000	316.90
15	KLBF	3,400	10,156,014,422	34,530,449,034,800	1,758,619,054,414	8,274,554,112,840	361.69
16	SMCB	2,175	7,662,900,000	16,666,807,500,000	3,423,241,000,000	10,950,501,000,000	139.77
17	SMSM	1,360	1,439,668,860	1,957,949,649,600	544,907,492,355	1,327,799,716,171	133.65

18	TRST	390	2,808,000,000	1,095,120,000,000	806,029,152,803	2,132,449,783,092	64.70
19	UNVR	18,800	7,630,000,000	143,444,000,000,000	6,801,375,000,000	10,482,312,000,000	869.29
20	INDF	4,600	8,780,426,500	40,389,961,900,000	22,114,722,000,000	53,715,950,000,000	82.43
21	ICBP	5,200	5,830,954,000	30,320,960,800,000	4,513,084,000,000	15,222,857,000,000	176.50
22	KAEF	340	5,554,000,000	1,888,360,000,000	541,736,739,279	1,794,242,423,105	104.03
23	MYTX	225	1,466,666,577	329,999,979,825	1,784,606,616,024	1,848,394,822,216	58.21
24	SSTM	180	1,170,909,181	210,763,652,580	1,778,337,000,000	10,204,495,000,000	16.60
25	KBLI	104	4,007,235,107	416,752,451,128	363,596,917,064	1,083,523,642,816	53.92
26	VOKS	820	831,120,519	681,518,825,580	1,076,393,659,746	1,573,039,162,237	66.35
27	ADES	1,010	589,896,800	595,795,768,000	190,302,000,000	316,048,000,000	155.25
28	DLTA	111,500	16,013,181	1,785,469,681,500	123,231,249,000	696,166,676,000	232.94
29	ROTI	3,325	1,012,360,000	3,366,097,000,000	212,695,735,714	759,136,918,500	368.25
30	RMBA	790	7,240,005,000	5,719,603,950,000	4,086,673,000,000	6,333,957,000,000	94.10
31	INAF	163	3,099,267,500	505,180,602,500	505,707,835,106	1,114,901,669,774	62.38
32	TSPC	2,550	4,500,000,000	11,475,000,000,000	1,204,438,648,313	4,250,374,395,321	232.44
33	MBTO	410	1,070,000,000	438,700,000,000	141,131,522,256	541,673,841,000	84.92
34	KDSI	50	8,687,994,942	434,399,747,100	308,397,930,892	587,566,985,478	82.90
35	SMGR	11,450	5,931,520,000	67,915,904,000,000	5,046,505,788,000	19,661,602,767,000	295.30
36	KIAS	75	8,425,000,000	631,875,000,000	979,648,951,284	2,049,632,940,571	53.20
37	MLIA	445	1,323,000,000	588,735,000,000	5,246,609,771,000	6,119,185,665,000	51.34
38	TOTO	50,000	49,536,000	2,476,800,000,000	579,028,772,664	1,339,570,029,820	159.27
39	ETWA	430	968,297,000	416,367,710,000	244,753,971,248	620,709,452,075	76.39
40	INCI	210	181,035,556	38,017,466,760	13,868,640,301	125,184,677,577	37.31
41	SIAP	98	600,000,000	58,800,000,000	60,829,935,692	163,233,383,441	53.39

42	YPAS	680	668,000,089	454,240,060,520	75,392,271,560	223,509,413,900	177.19
43	CPIN	2,150	16,422,807,040	35,309,035,136,000	2,658,734,000,000	8,848,204,000,000	329.96
44	SIPD	54	9,391,108,493	507,119,858,622	1,370,530,530,045	2,641,602,932,160	46.80

Sumber : Data Sekundertahun 2011, diolah.

Lampiran 7.

DAFTAR RASIO TOBIN'S Q PERUSAHAAN MANUFAKTUR TAHUN 2012

No	Kode	CP	JUB	EMV	D (Total Hutang)	EBV (TotalAktiva)	Tobin's Q (%)
1	ULTJ	1,330	2,888,382,000	3,841,548,060,000	744,274,268,607	2,420,793,382,029	144.89
2	SRSN	50	6,020,000,000	301,000,000,000	132,904,817,000	402,108,960,000	81.10
3	BUDI	114	4,098,997,362	467,285,699,268	1,445,537,000,000	2,299,672,000,000	51.07
4	DPNS	385	331,129,952	127,485,031,520	28,939,822,487	184,636,344,559	73.24
5	BRNA	700	690,000,000	483,000,000,000	468,553,998,000	770,383,930,000	76.80
6	LMSH	10,500	9,600,000	100,800,000,000	31,022,520,184	128,547,715,366	82.61
7	PYFA	177	535,080,000	94,709,160,000	48,144,037,183	135,849,510,061	77.64
8	TCID	11,000	201,066,667	2,211,733,337,000	164,751,376,547	1,261,572,952,461	166.62
9	ASII	7,600	40,483,553,140	307,675,003,864,000	92,460,000,000,000	182,274,000,000,000	145.64
10	AUTO	3,700	3,855,786,400	14,266,409,680,000	3,396,543,000,000	8,881,642,000,000	143.86
11	FASW	2,550	2,477,888,787	6,318,616,406,850	3,771,344,290,709	5,578,334,207,456	107.92
12	GGRM	56,300	1,924,088,000	108,326,154,400,000	14,903,612,000,000	41,509,325,000,000	218.44
13	HMSF	59,900	4,383,000,000	262,541,700,000,000	12,939,107,000,000	26,247,527,000,000	703.00
14	INTP	22,450	3,681,231,699	82,643,651,642,550	3,336,422,000,000	22,755,160,000,000	329.53
15	KLBF	1,060	50,780,072,110	53,826,876,436,600	2,046,313,566,061	9,417,957,180,958	487.37
16	SMCB	2,900	7,662,900,000	22,222,410,000,000	3,750,461,000,000	12,168,517,000,000	163.16
17	SMSM	2,525	1,439,668,860	3,635,163,871,500	620,875,870,082	1,441,204,473,590	206.40

18	TRST	345	2,808,000,000	968,760,000,000	835,136,579,731	2,188,129,039,119	59.67
19	UNVR	20,850	7,630,000,000	159,085,500,000,000	8,016,614,000,000	11,984,979,000,000	835.44
20	INDF	5,850	8,780,426,500	51,365,495,025,000	25,249,168,000,000	59,389,405,000,000	90.52
21	ICBP	7,800	5,830,954,000	45,481,441,200,000	5,766,682,000,000	17,753,480,000,000	217.89
22	KAEF	740	5,554,000,000	4,109,960,000,000	634,813,891,119	2,076,347,580,785	175.01
23	MYTX	375	1,466,666,577	549,999,966,375	1,864,250,275,649	1,803,323,308,102	65.83
24	SSTM	134	1,170,909,181	156,901,830,254	3,054,409,000,000	12,419,820,000,000	20.75
25	KBLI	187	4,007,235,107	749,352,965,009	316,557,195,204	1,161,698,219,225	72.11
26	VOKS	1,030	831,120,519	856,054,134,570	1,095,012,302,724	1,698,078,355,471	69.85
27	ADES	1,920	589,896,800	1,132,601,856,000	179,972,000,000	389,094,000,000	230.65
28	DLTA	255,000	16,013,181	4,083,361,155,000	147,095,322,000	745,306,835,000	474.05
29	ROTI	6,900	1,012,360,000	6,985,284,000,000	538,337,083,673	1,204,944,681,223	431.58
30	RMBA	580	7,240,005,000	4,199,202,900,000	5,011,668,000,000	6,935,601,000,000	77.10
31	INAF	330	3,099,267,500	1,022,758,275,000	538,516,613,421	1,188,618,790,410	90.40
32	TSPC	3,725	4,500,000,000	16,762,500,000,000	1,279,828,890,909	4,632,984,970,719	305.14
33	MBTO	380	1,070,000,000	406,600,000,000	174,931,100,594	609,494,013,942	74.13
34	KDSI	495	405,000,000	200,475,000,000	254,557,936,376	570,564,051,755	55.15
35	SMGR	15,850	5,931,520,000	94,014,592,000,000	8,414,229,138,000	26,579,083,786,000	292.71
36	KIAS	175	14,929,100,000	2,612,592,500,000	168,491,645,792	2,143,814,884,435	120.27
37	MLIA	235	1,323,000,000	310,905,000,000	5,321,387,013,000	6,558,955,234,000	47.41
38	TOTO	6,650	495,360,000	3,294,144,000,000	624,499,013,875	1,522,663,914,388	182.50
39	ETWA	310	968,297,000	300,172,070,000	523,207,574,539	960,956,808,384	55.48
40	INCI	245	181,035,556	44,353,711,220	16,518,960,939	132,278,839,079	40.91
41	SIAP	120	600,000,000	72,000,000,000	78,573,961,101	184,367,259,026	57.27

42	YPAS	670	668,000,089	447,560,059,630	184,848,566,684	349,438,243,276	118.37
43	CPIN	3,650	16,398,000,000	59,852,700,000,000	4,172,163,000,000	12,348,627,000,000	387.54
44	SIPD	50	9,391,108,493	469,555,424,650	2,021,380,807,617	3,298,123,574,771	46.83

Sumber : Data Sekundertahun 2012, diolah.

Lampiran 8.

DAFTAR RASIO TOBIN'S Q PERUSAHAAN MANUFAKTUR TAHUN 2013

No	Kode	CP	JUB	EMV	D (Total Hutang)	EBV (TotalAktiva)	Tobin's Q (%)
1	ULTJ	4,500	2,888,382,000	12,997,719,000,000	796,474,448,056	2,811,620,982,142	382.31
2	SRSN	50	6,020,000,000	301,000,000,000	106,406,914,000	420,782,548,000	77.28
3	BUDI	109	4,098,997,362	446,790,712,458	1,497,754,000,000	2,382,875,000,000	50.11
4	DPNS	470	331,129,952	155,631,077,440	32,944,704,261	256,372,669,050	65.18
5	BRNA	455	690,000,000	313,950,000,000	819,251,536,000	1,125,132,715,000	58.28
6	LMSH	8,000	9,600,000	76,800,000,000	31,229,504,329	141,697,598,705	62.47
7	PYFA	147	535,080,000	78,656,760,000	81,217,648,190	175,118,921,406	62.37
8	TCID	11,900	201,066,667	2,392,693,337,300	282,961,770,795	1,465,952,460,752	152.99
9	ASII	6,800	40,483,553,140	275,288,161,352,000	107,806,000,000,000	213,994,000,000,000	119.05
10	AUTO	3,650	4,819,733,000	17,592,025,450,000	3,058,924,000,000	12,617,678,000,000	131.73
11	FASW	2,025	2,477,888,787	5,017,724,793,675	4,134,128,366,492	5,692,060,407,681	93.14
12	GGRM	42,000	1,924,088,000	80,811,696,000,000	21,353,980,000,000	50,770,251,000,000	141.65
13	HMSP	62,400	4,383,000,000	273,499,200,000,000	13,249,559,000,000	27,404,594,000,000	705.34
14	INTP	20,000	3,681,231,699	73,624,633,980,000	3,629,554,000,000	26,607,241,000,000	255.50
15	KLBF	1,250	46,875,122,110	58,593,902,637,500	2,815,103,309,451	11,315,061,275,026	434.60
16	SMCB	2,275	7,662,900,000	17,433,097,500,000	6,122,043,000,000	14,894,990,000,000	112.08
17	SMSM	3,450	1,439,668,860	4,966,857,567,000	694,304,234,869	1,701,103,245,176	236.33

18	TRST	250	2,808,000,000	702,000,000,000	1,551,242,364,818	3,260,919,505,192	46.82
19	UNVR	26,000	7,630,000,000	198,380,000,000,000	9,093,518,000,000	13,348,188,000,000	924.50
20	INDF	6,600	8,780,426,500	57,950,814,900,000	39,719,660,000,000	78,092,789,000,000	82.90
21	ICBP	10,200	5,830,954,000	59,475,730,800,000	8,001,739,000,000	21,267,470,000,000	230.54
22	KAEF	590	5,554,000,000	3,276,860,000,000	847,584,859,909	2,471,939,548,890	124.25
23	MYTX	570	5,847,945,180	3,333,328,752,600	2,199,024,993,140	2,095,467,423,419	128.82
24	SSTM	79	1,170,909,181	92,501,825,299	530,156,259,856	801,866,397,035	46.75
25	KBLI	142	4,007,235,107	569,027,385,194	719,234,878,582	1,337,022,291,951	62.65
26	VOKS	740	205,583,400	152,131,716,000	1,354,581,302,107	1,955,830,321,070	45.51
27	ADES	2,000	589,896,800	1,179,793,600,000	176,286,000,000	441,064,000,000	219.66
28	DLTA	380,000	16,013,181	6,085,008,780,000	190,482,809,000	867,040,802,000	593.41
29	ROTI	1,020	5,061,800,000	5,163,036,000,000	1,035,351,397,437	1,822,689,047,108	216.88
30	RMBA	570	7,240,005,000	4,126,802,850,000	8,350,151,000,000	9,232,016,000,000	70.96
31	INAF	153	3,099,267,500	474,187,927,500	703,717,301,306	1,294,510,669,195	58.95
32	TSPC	3,250	4,500,000,000	14,625,000,000,000	1,545,006,061,565	5,407,957,915,805	232.56
33	MBTO	305	1,070,000,000	326,350,000,000	160,451,280,610	611,769,745,328	63.04
34	KDSI	345	405,000,000	139,725,000,000	498,224,954,613	850,233,842,186	47.31
35	SMGR	14,150	5,931,520,000	83,931,008,000,000	8,988,908,217,000	30,792,884,092,000	233.57
36	KIAS	155	14,929,100,000	2,314,010,500,000	223,804,349,608	2,270,904,910,518	101.73
37	MLIA	425	1,323,000,000	562,275,000,000	5,999,787,094,000	7,189,899,445,000	49.75
38	TOTO	7,700	495,360,000	3,814,272,000,000	710,527,268,893	1,746,177,682,568	184.18
39	ETWA	365	968,297,000	353,428,405,000	846,050,835,530	1,291,711,270,379	56.11
40	INCI	240	181,035,556	43,448,533,440	10,050,376,983	136,142,063,219	36.59
41	SIAP	127	600,000,000	76,200,000,000	172,583,639,412	272,597,818,158	55.88

42	YPAS	660	668,000,089	440,880,058,740	443,067,408,288	613,878,797,683	83.63
43	CPIN	3,375	16,398,000,000	55,343,250,000,000	5,771,297,000,000	15,722,197,000,000	284.34
44	SIPD	50	9,391,108,493	469,555,424,650	1,870,560,118,674	3,155,680,394,480	46.56

Sumber : Data Sekundertahun 2013, diolah.

Lampiran 9.

DATA PENELITIAN

No	Kode	Tobins' Q (%)			CSR (%)			ROE (%)		
		2011	2012	2013	2011	2012	2013	2011	2012	2013
1	ULTJ	131.81	144.89	382.31	18.99	22.78	29.11	7.22	21.08	14.12
2	SRSN	92.32	81.10	77.28	16.46	21.52	35.44	9.51	11.92	5.09
3	BUDI	64.63	51.07	50.11	34.18	35.44	36.71	7.76	0.60	1.80
4	DPNS	129.41	73.24	65.18	12.66	12.66	26.58	-3.85	13.24	29.90
5	BRNA	61.32	76.80	58.28	8.86	12.66	29.11	17.21	7.07	-1.09
6	LMSH	63.97	82.61	62.47	3.80	12.66	6.33	11.12	32.11	13.02
7	PYFA	84.47	77.64	62.37	7.59	7.59	6.33	6.28	3.91	3.54
8	TCID	133.62	166.62	152.99	7.59	46.84	41.77	13.72	13.71	13.68
9	ASII	163.17	145.64	119.05	12.66	12.66	24.05	13.73	12.48	10.42
10	AUTO	166.76	143.86	131.73	16.46	27.85	29.11	23.32	20.71	8.39
11	FASW	173.16	107.92	93.14	17.72	13.92	16.46	2.70	0.29	-4.40
12	GGRM	249.74	218.44	141.65	22.78	22.78	25.32	20.20	9.80	8.63
13	HMSP	634.64	703.00	705.34	10.13	27.85	27.85	41.70	37.90	39.50
14	INTP	316.90	329.53	255.50	11.39	16.46	29.11	22.89	24.53	21.81
15	KLBF	361.69	487.37	434.60	27.85	45.57	31.65	23.37	18.41	16.96
16	SMCB	139.77	163.16	112.08	27.85	8.86	8.86	9.71	16.05	6.39

17	SMSM	133.65	206.40	236.33	18.99	15.19	17.72	18.00	16.00	20.00
18	TRST	64.70	59.67	46.82	7.59	7.59	7.59	7.00	2.80	1.41
19	UNVR	869.29	835.44	924.50	24.05	31.65	13.92	53.10	54.20	53.70
20	INDF	82.43	90.52	82.90	21.52	34.18	46.84	15.47	8.50	5.00
21	ICBP	176.50	217.89	230.54	20.25	39.24	35.44	14.30	19.04	16.85
22	KAEF	104.03	175.01	124.25	11.39	16.46	16.46	13.71	9.88	8.68
23	MYTX	58.21	65.83	128.82	6.33	11.39	2.53	-2.54	-2.92	-1.04
24	SSTM	16.60	20.75	46.75	12.66	12.66	12.66	-2.86	-1.74	-1.65
25	KBLI	53.92	72.11	62.65	11.39	21.52	27.85	8.85	14.81	5.50
26	VOKS	66.35	69.85	45.51	7.59	15.19	18.99	7.03	8.66	2.00
27	ADES	155.25	230.65	219.66	3.80	10.13	8.86	8.18	21.43	19.30
28	DLTA	232.94	474.05	593.41	8.86	10.13	21.52	26.48	28.64	31.70
29	ROTI	368.25	431.58	216.88	13.92	6.33	29.11	21.22	12.38	8.67
30	RMBA	94.10	77.10	70.96	2.53	10.13	12.66	13.62	-16.81	-0.11
31	INAF	62.38	90.40	58.95	25.32	20.25	15.19	6.06	6.52	-4.19
32	TSPC	232.44	305.14	232.56	6.33	6.33	12.66	19.25	18.94	15.20
33	MBTO	84.92	74.13	63.04	15.19	26.58	21.52	10.65	7.47	6.44
34	KDSI	82.90	55.15	47.31	5.06	6.33	3.80	8.46	6.46	9.48
35	SMGR	295.30	292.71	233.57	37.97	39.24	46.84	27.06	18.20	24.56
36	KIAS	53.20	120.27	101.73	5.06	5.06	7.59	-0.99	3.60	3.68
37	MLIA	51.34	47.41	49.75	16.46	16.46	16.46	-0.62	-0.46	-6.59

38	TOTO	159.27	182.50	184.18	25.32	22.78	24.05	16.28	15.50	13.55
39	ETWA	76.39	55.48	56.11	16.46	37.97	25.32	19.41	6.78	0.61
40	INCI	37.31	40.91	36.59	7.59	10.13	10.13	-15.42	3.84	8.19
41	SIAP	53.39	57.27	55.88	5.06	5.06	5.06	2.00	3.20	-2.12
42	YPAS	177.19	118.37	83.63	15.19	25.32	27.85	11.22	10.01	4.65
43	CPIN	329.96	387.54	284.34	11.39	11.39	17.72	26.70	21.71	25.41
44	SIPD	46.80	46.83	46.56	13.92	12.66	34.18	0.89	1.18	0.53

Sumber : Data sekundertahun 2015, diolah.

Lampiran 10.

UjiAsumsiKlasik :UjiNormalitas

1. UJI GRAFIK

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	MOD, CSR, ROE ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: TOBINS_Q

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.835 ^a	.698	.691	.9648881

a. Predictors: (Constant), MOD, CSR, ROE

b. Dependent Variable: TOBINS_Q

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	275.058	3	91.686	98.480	.000 ^a
	Residual	119.169	128	.931		
	Total	394.227	131			

a. Predictors: (Constant), MOD, CSR, ROE

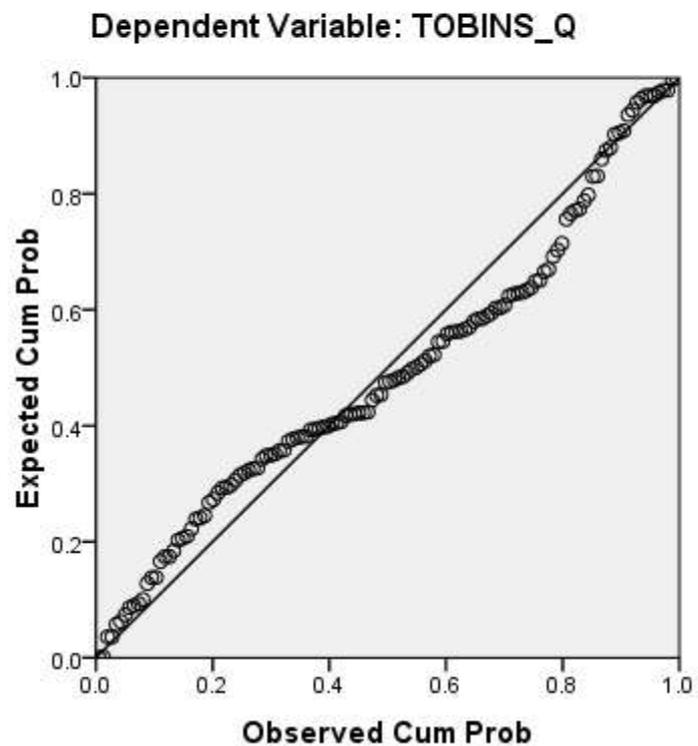
b. Dependent Variable: TOBINS_Q

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.707	.228		3.096	.002
	CSR	-2.359	1.200	-.148	-1.967	.051
	ROE	7.467	1.576	.519	4.739	.000
	MOD	22.930	7.521	.401	3.049	.003

a. Dependent Variable: TOBINS_Q

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



2. Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		132
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.95377577
Most Extreme Differences	Absolute	.113
	Positive	.113
	Negative	-.079
Kolmogorov-Smirnov Z		1.295
Asymp. Sig. (2-tailed)		.070
a. Test distribution is Normal.		

Lampiran 11.

Uji Asumsi Klasik : Uji Multikolinieritas

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	MOD, CSR, ROE ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: TOBINS_Q

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.835 ^a	.698	.691	.9648881

a. Predictors: (Constant), MOD, CSR, ROE

b. Dependent Variable: TOBINS_Q

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	275.058	3	91.686	98.480	.000 ^a
	Residual	119.169	128	.931		
	Total	394.227	131			

a. Predictors: (Constant), MOD, CSR, ROE

b. Dependent Variable: TOBINS_Q

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.707	.228		3.096	.002		
CSR	-2.359	1.200	-.148	-1.967	.051	.419	2.389
ROE	7.467	1.576	.519	4.739	.000	.197	5.081
MOD	22.930	7.521	.401	3.049	.003	.136	7.331

a. Dependent Variable: TOBINS_Q

Lampiran 12.

UjiAsumsiKlasik :UjiAutokorelasi

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	MOD, CSR, ROE ^a		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: TOBINS_Q

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.835 ^a	.698	.691	.9648881	1.909

a. Predictors: (Constant), MOD, CSR, ROE

b. Dependent Variable: TOBINS_Q

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	275.058	3	91.686	98.480	.000 ^a
	Residual	119.169	128	.931		
	Total	394.227	131			

a. Predictors: (Constant), MOD, CSR, ROE

b. Dependent Variable: TOBINS_Q

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.707	.228		3.096	.002
	CSR	-2.359	1.200	-.148	-1.967	.051
	ROE	7.467	1.576	.519	4.739	.000
	MOD	22.930	7.521	.401	3.049	.003

a. Dependent Variable: TOBINS_Q

Lampiran 13.

UjiAsumsiKlasik :UjiHeteroskedastisitas

1. UjiGrafik

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	MOD, CSR, ROE ^a		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: TOBINS_Q

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.835 ^a	.698	.691	.9648881

a. Predictors: (Constant), MOD, CSR, ROE

b. Dependent Variable: TOBINS_Q

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	275.058	3	91.686	98.480	.000 ^a
	Residual	119.169	128	.931		
	Total	394.227	131			

a. Predictors: (Constant), MOD, CSR, ROE

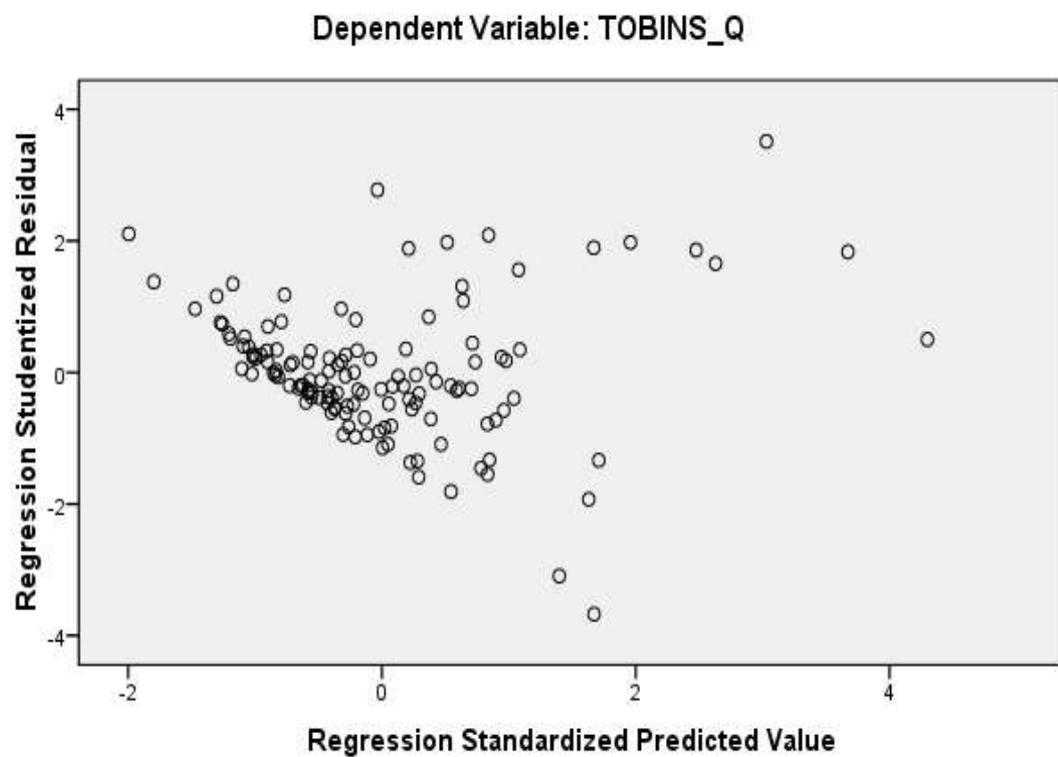
b. Dependent Variable: TOBINS_Q

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.707	.228		3.096	.002
	CSR	-2.359	1.200	-.148	-1.967	.051
	ROE	7.467	1.576	.519	4.739	.000
	MOD	22.930	7.521	.401	3.049	.003

a. Dependent Variable: TOBINS_Q

Scatterplot



2. UjiGlejser

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	MOD, CSR, ROE ^a		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Abs_Ut

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.455 ^a	.207	.189	.60080

a. Predictors: (Constant), MOD, CSR, ROE

b. Dependent Variable: Abs_Ut

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12.079	3	4.026	11.155	.000 ^a
	Residual	46.204	128	.361		
	Total	58.283	131			

a. Predictors: (Constant), MOD, CSR, ROE

b. Dependent Variable: Abs_Ut

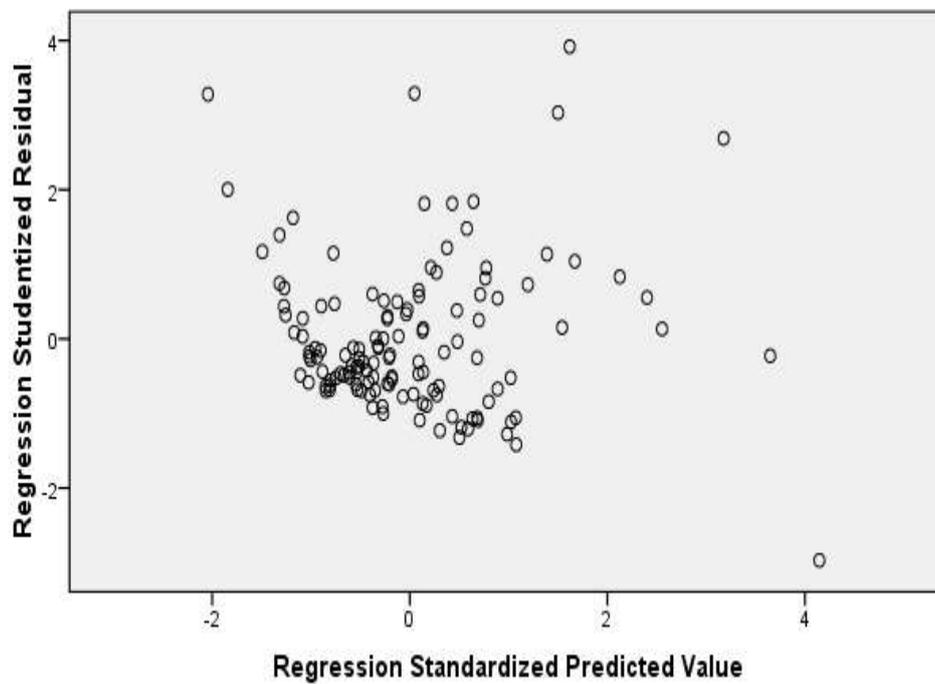
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.482	.142		3.389	.001
	CSR	-.589	.747	-.096	-.789	.432
	ROE	1.755	.981	.317	1.789	.076
	MOD	4.029	4.683	.183	.860	.391

a. Dependent Variable: Abs_Ut

Scatterplot

Dependent Variable: Abs_Ut



Lampiran 14.

Analisis Regresi Linear Berganda dan *Moderated Regression Analysis*

1. Model Regresi I (Analisis Regresi Linier Berganda)

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	ROE, CSR ^a		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: TOBINS_Q

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.822 ^a	.676	.671	.9954303

a. Predictors: (Constant), ROE, CSR

b. Dependent Variable: TOBINS_Q

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	266.403	2	133.202	134.427	.000 ^a
	Residual	127.824	129	.991		
	Total	394.227	131			

a. Predictors: (Constant), ROE, CSR

b. Dependent Variable: TOBINS_Q

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.255	.179		1.423	.157
	CSR	.387	.818	.024	.473	.637
	ROE	11.751	.737	.817	15.953	.000

a. Dependent Variable: TOBINS_Q

2. Model Regresi II (*Moderated Regression Analysis*)

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	MOD, CSR, ROE ^a		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: TOBINS_Q

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.835 ^a	.698	.691	.9648881

a. Predictors: (Constant), MOD, CSR, ROE

b. Dependent Variable: TOBINS_Q

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	275.058	3	91.686	98.480	.000 ^a
	Residual	119.169	128	.931		
	Total	394.227	131			

a. Predictors: (Constant), MOD, CSR, ROE

b. Dependent Variable: TOBINS_Q

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.707	.228		3.096	.002
	CSR	-2.359	1.200	-.148	-1.967	.051
	ROE	7.467	1.576	.519	4.739	.000
	MOD	22.930	7.521	.401	3.049	.003

a. Dependent Variable: TOBINS_Q