

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 LATAR BELAKANG**

Sebuah perusahaan tidak hanya bertujuan untuk memaksimalkan laba yang diperoleh. Namun dalam menjalankan perusahaannya diperlukan sebuah tanggung jawab sosial dan peningkatan kesejahteraan sosial. Sehingga perusahaan bukan saja menjadi bagian yang bertanggung jawab kepada pemiliknya saja (*stakeholder*) tetapi bertanggung jawab terhadap seluruh pihak-pihak yang berhubungan dengan perusahaan. Semakin berkembangnya suatu perusahaan maka tingkat eksploitasi sumber-sumber alam semakin tinggi dan tidak terkendali, karena itu muncul pula kesadaran untuk mengurangi dampak negatif ini. Banyak perusahaan kini mengembangkan apa yang disebut *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Saat perusahaan semakin berkembang, maka kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan bisa saja terjadi dikarenakan adanya aktivitas perusahaan yang semakin tidak terkontrol dalam mencapai tujuannya, tidak hanya perusahaan dan pihak yang berkaitan langsung yang merasakan dampak tersebut, tetapi juga masyarakat yang berada di lingkungan perusahaan itu, karena itu muncul pula kesadaran untuk mengurangi dampak negatif ini. Banyak perusahaan kini mengembangkan apa yang disebut *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam menjalankan usahanya. Sehingga perusahaan tidak hanya bertanggung

jawab terhadap pemangku kepentingan (*stakeholder*) saja, melainkan kepada pihak-pihak yang tidak berkaitan langsung dengan perusahaan.

*Corporate Social Responsibility* merupakan salah satu informasi yang harus tercantum di dalam laporan tahunan perusahaan seperti yang diatur dalam UU RI No. 40 Tahun 2007 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan yang mewajibkan perseroan yang usahanya berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dengan adanya dasar hukum yang kuat sehingga pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi wajib karena perusahaan tidak hanya berorientasi kepada pemilik modal (investor dan kreditur), tetapi juga kewajiban – kewajiban terhadap pihak-pihak yang berkepentingan, seperti konsumen, karyawan, masyarakat, pemerintah, supplier, atau bahkan kompetitor.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam laporan tahunan memperkuat citra perusahaan dan menjadi sebagai salah satu pertimbangan yang diperhatikan investor maupun calon investor memilih tempat investasi karena menganggap bahwa perusahaan tidak lagi hanya mengejar profit semata tetapi sudah memperhatikan lingkungan dan masyarakat. Oleh karena itu, *Corporate Social Responsibility* berperan penting dalam meningkatkan nilai perusahaan dengan cara melakukan berbagai aktivitas sosial di lingkungan sekitarnya.

Diantaranya kasus-kasus yang bergerak disektor industri dasar dan kimia, yang pertama sektor industri akan dihadapkan dengan masalah kekurangan bahan baku, antara lain kondensas, gas, naphta, atau biji besi. Solusinya kementerian

perindustrianakan membangun industri dasar kimia dasar seperti pengembangan refinery, CAPC, TPPI dan Morowali. Masalah kedua, sector industri akan kekurangan infrastruktur seperti pelabuhan, jalan dan kawasan industri. Solusinya adalah pembangunan infrastruktur dan kawasan industri. Masalah ketiga, industri internasional akan kekurangan *utility* seperti listrik, air, gas, dan pengolahan limbah. Guna mengatasi masalah ini, Agus mengatakan, pemerintah akan melakukan penegembangan kawasan industri terintegrasi yang dilengkapi instalasi pengolahan limbah. Keempat, sector indistri akan kekurangan tenaga ahli. Maka akan dilakukan peningkatan pendidikan dan peningkatan tenaga ahli dan tenaga kerja industri melalui program *link and match*. Kelima, sktor industri akan mengalami tekanan produk impor, Solusinya dengan melakukan perlindungan dalam negeri namun tetap memudahkan investasi dan transfer teknologi. Keenam, industri akan dihadapi limbah atau slag sebagai limbah B3, spesifikasi yang terlalu ketat untuk kertas bekas. Maka, Kementrian perindustrian akan berkoordinasi dengan kementrian KLHK menetapkan slag dapat digunakan sebagai bahan pengeras jalan.

Dalam persaingan bisnis yang semakin ketat dapat mendorong perusahaan untuk mengejar keuntungan sebesar-besarnya hanya untuk meningkatkan pertumbuhan serta menjaga keberlangsungan perusahaan tanpa memperhatikan keadaan ekonomi, sosial dan lingkungan sekitarnya. Masyarakat menyadari adanya dampak negatif yang ditimbulkan oleh perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasi karena itu para pelaku bisnis dituntut agar tidak hanya berorientasi dalam hal memaksimalkan laba tetapi harus mampu memberikan kontribusi positif

dalam hal ekonomi, lingkungan dan sosial. Masalah yang terjadi ketika perusahaan hanya fokus pada laba sehingga perusahaan mengesampingkan kepentingan *stakeholder* lainnya mengenai hajat orang banyak yang salah satunya adalah tanggung jawab sosial dari perusahaan kepada banyak masyarakat oleh sebab itu diperlukan adanya tanggung jawab social oleh perusahaan untuk menjaga kesatuan tersebut.

Menurut Sopyan (2014)

**Suatu perusahaan dapat hidup dan berkembang tidak dapat dilepaskan dari dua hal, yaitu: (1) peran pemerintah yang telah membangun infrastruktur, regulasi yang menguntungkan, kemudahan serta terciptanya iklim bisnis yang kondusif. (2) masyarakat sekitar perusahaan, baik yang terlibat langsung di perusahaan seperti buruh atau karyawan perusahaan, maupun yang tidak terlibat langsung telah menciptakan kondisi yang kondusif sehingga perusahaan merasa tenang dalam menjalankan bisnisnya.**<sup>1</sup>

Menurut Richard L. Daft (2010)

**Pengertian formal dari tanggung jawab sosial (CSR) adalah kewajiban manajemen untuk membuat pilihan dan melakukan**

---

<sup>1</sup>Yayan sopyan, "Corporate Sosial Responsibility (CSR) Sebagai Implementasi Fikih Sosial Untuk Pemberdayaan Masyarakat" Jurnal Syariah dan Hukum, Vo. XIV No.1 Januari, Jakarta, 2013, Hal 54

**tindakan yang akan berperan terhadap kesejahteraan dan kepentingan masyarakat dan organisasi.<sup>2</sup>**

Menurut Van Horne (1998) dalam Rodoni dan Herni (2014)

**Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan tinggi pula.<sup>3</sup>**

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. Rimba Kusumadilaga (2010) menemukan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian Umi Kalsum (2017) pada perusahaan manufaktur juga menemukan hasil yang serupa yaitu CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun, hasil berbeda yang dilakukan oleh Suci Ramona (2017) menemukan bahwa CSR tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil analisis penelitian oleh Wahyuning Ambar Setianingrum (2015) menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dengan adanya ketidakkonsistenan hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya variabel lain yang turut mempengaruhi hubungan CSR dengan nilai perusahaan

Dalam penelitian ini profitabilitas digunakan sebagai variabel moderating karena profitabilitas merupakan salah satu alatukur perusahaan untuk menentukan

---

<sup>2</sup> Richard L. Daft, **Era Baru Manajemen**, edisi 9, Salemba Empat, Jakarta, 2010, Hal.182

<sup>3</sup> Ahmad Rodoni dan Herni Ali, **Manajemen Keuangan Modern**, mitra wacana media, jakarta, 2014, hal 4

keefektifan kinerja perusahaan. Semakin tinggi tingkat profit suatu perusahaan, maka dipercaya semakin tinggi pula tingkat mengungkapkan *corporate social responsibility* yang akan dapat meningkatkan nilai perusahaan, karena perusahaan dianggap akan menyisihkan dananya untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosialnya lebih luas lagi

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Agustina (2013) yang berjudul Pengaruh Profitabilitas Dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2007-2010. Agustina menggunakan Profitabilitas dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel independen dan variabel dependen yang digunakan yaitu Nilai Perusahaan. Hasil dari penelitian Agustin adalah Profitabilitas yang diproksikan dengan ROE dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Adapun perbedaan dari penelitian sebelumnya adalah :

1. Penelitian ini menggunakan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi. Indikator profitabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Return On Asset (ROA)*.
2. Penelitian ini menggunakan Standar Pelaporan CSR Global Reporting Initiative (GRI) Versi G4 dan menggunakan 3 kategori sesuai standar GRI, yaitu : Kategori Ekonomi, kategori Lingkungan serta kategori Sosial yang terdiri dari : Tenaga Kerja, Hak Asasi Manusia, Sosial dan Tanggung Jawab Produk.

3. Penelitian ini menggunakan periode pengamatan tahun 2016-2018 yang berbeda dengan penelitian sebelumnya.

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***

<b>Penulis (Tahun)</b>	<b><i>Research Gap</i></b>	<b>Permasalahan</b>
Silvia Agustina (2013) Umi Kalsum (2017) Rimba Kusumadilaga (2010)	CSR mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan	Terdapat perbedaan hasil penelitian mengenai pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan
Suci Ramona (2017) Wahyuning Ambar (2015)	CSR tidak mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan	
Ihwan Sunaryo, dkk (2018) Putu dan I made (2018)	Profitabilitas yang diproksikan ROA memperkuat pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan	Terdapat perbedaan hasil penelitian mengenai profitabilitas
Suci Ramona (2017) Rimba Kusumadilaga (2010)	Profitabilitas yang diproksikan ROA tidak mampu memperkuat pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan	memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan

Sumber : Data Diolah Penulis, 2020

Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah perusahaan yang bergerak dibidang industri kimia di BEI. Menurut Deputi IV menteri lingkungan hidup bidang pengolahan B3 limbah B3 dan sampah kementerian lingkungan

hidup, selain itu pada saat ini di Indonesia adalah penyumbang limbah B3 terbesar ketimbang rumah tangga. Industri di Indonesia yang paling berbahaya dalam menghasilkan limbah B3 adalah industri minyak dan gas bumi serta kimia. Industri-industri tersebut banyak tersebar di Indonesia timur. Kaitannya dengan pengolahan limbah B3 dikalangan industri.

Atas dasar pembahasan sebelumnya maka penelitian ini berfokus pada perusahaan yang bergerak disektor industri dasar dan kimia. Pada pemilihan tahun 2016-2018 dilakukan pengamatan terbaru oleh sipeneliti pada perusahaan yang bergerak disektor industri dasar dan kimia. Dimana dalam subsektor ini memiliki dampak atau pengaruh yang banyak terhadap ekonomi, lingkungan dan masyarakat sekitar operasional. Dampak yang paling banyak ditimbulkan yaitu dampak lingkungan seperti pencemaran lingkungan akibat limbah yang dihasilkan atas operasi perusahaan serta dampak negative terhadap ekonomi dan masyarakat membuat tanggung jawab sosial saat ini sangat dibutuhkan untuk menjaga keberlangsungan perusahaan serta mendongkrak citra perusahaan.

Maka penelitian ini bertujuan untuk menguji kembali apakah CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan serta apakah profitabilitas mampu memoderasi pengaruh hubungan antara CSR terhadap nilai perusahaan pada perusahaan subsektor Industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2016-2018 agar masalah yang dibahas diuraian diatas dapat terselesaikan dengan baik.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis memilih judul **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dimoderasi**



## **profitabilitas pada perusahaan industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2018”**

### **1.2 RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah penulis jelaskan diatas maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian adalah :

1. Bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan ?
2. Bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan yang dimoderasi Profitabilitas ?

### **1.3 TUJUAN PENELITIAN**

Adapun tujuan yang ingin dicapai penulis dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui secara empiris pengaruh *Corporate Sosial Responsibility* terhadap nilai perusahaan serta pengaruh *Corporate sosial responsibility* terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi profitabilitas pada perusahaan subsektor industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2018.

### **1.4 MANFAAT PENELITIAN**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Bagi Penulis

Dapat dijadikan sebagai acuan penulis untuk mengetahui beberapa hal yang berkaitan dengan pengaruh-pengaruh yang timbul sebagai akibat dari hubungan yang terjadi antara nilai perusahaan dan tanggung jawab perusahaan dalam pencapaian suatu profitabilitas pada perusahaan, terkhususnya pada perusahaan industry.

## 2. Bagi Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang berarti dalam perkembangan ilmu ekonomi, khususnya pada bidang ilmu akuntansi. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan perbandingan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

## 3. Bagi Perusahaan Manajemen

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk pengambilan kebijakan agar dapat mengambil keputusan yang baik oleh pihak manajemen perusahaan mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

## 4. Bagi Perusahaan Manajemen

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk pengambilan kebijakan agar dapat mengambil keputusan yang baik oleh pihak manajemen perusahaan mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1 Nilai Perusahaan

Pada umumnya sebuah perusahaan memiliki tujuan yang jelas. Tujuan dari perusahaan dalam jangka panjang adalah mengoptimalkan biaya modal perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan menggambarkan sukses pemilik perusahaan tersebut. Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia di bayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Perusahaan adalah suatu lembaga yang diorganisir dan dijalankan untuk menyediakan barang-barang dan jasa-jasa untuk masyarakat dengan motif mencari keuntungan yang sangat signifikan.

Rika dan Ishlahuddin (2008) dalam Suci Ramona (2017)

**Nilai perusahaan didefinisikan sebaagai nilai pasar. Alasannya karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran atau keuntungan bagi pemegang saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi haraga saham, maka makin tinggi keuntungan pemegang saham sehingga keadaan ini akan diminati oleh investor karena dengan permintaan saham yang meningkat menyebabkan nilai.<sup>4</sup>**

---

<sup>4</sup>Suci Ramona, “ **Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai variabel Moderating**” Skripsi S1 Program Studi Akuntansi fakultas Ekonomi dan Universitas Pasir pangaraian, Rokan Hulu, 2017, Hal 7

Menurut Bragham dan Houston (2006)

**Nilai perusahaan sangat penting, karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Saham merupakan salah satu asset berharga yang dikeluarkan oleh perusahaan.<sup>5</sup>**

Afzal dalam Desi Ariati (2017)

**Nilai perusahaan dapat menunjukkan nilai asset yang dimiliki seperti surat-surat berharga<sup>6</sup>**

Sedangkan Martono dan Agus dalam Desi Ariati (2017)

**Nilai perusahaan *go public* selam menunjukkan nilai seluruh aktiva, juga tercermin dari nilai pasar atau harga sahamnya, sehingga semakin tinggi harga saham mencerminkan tingginya nilai perusahaan.<sup>7</sup>**

Menurut Afzal dalam Desi Ariati (2017)

**Nilai perusahaan juga dapat menunjukkan nilai asset yang dimiliki perusahaan seperti surat-surat berharga.<sup>8</sup>**

Rencana keuangan merupakan panduan perusahaan untuk mencapai tujuan dan membantu peningkatan nilai perusahaan. Rencana keuangan memberikan peluang perusahaan untuk memperkirakan jumlah dan penetapan waktu investasi

---

<sup>5</sup>Brigham dan Houston, "**Manajemen Keuangan Modern**" Jakarta, Mitra Wacana Media, 2014, hal 4

<sup>6</sup>Desi Ariati, **Op Cit**, Hal 15

<sup>7</sup> Desi Ariati, "**Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Struktur Model dan *Financialleverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia, Universitas Sumatra Utara***, Medan, 2017, Hal 15

<sup>8</sup> Desi Ariati, **Op.Cit**, Hal 15

dan pembiayaan yang diperlukan. Nilai buku ekuitas perusahaan sama dengan jumlah total yang dikumpulkan perusahaan dari para pemegang sahamnya atau dari jumlah yang ditahan dan diinvestasikan kembali untuk kepentingan mereka.

Maksimumkan nilai dapat berarti mempertimbangkan pengaruh waktu terhadap nilai uang berarti dana yang diterima apada tahun ini lebih tinggi dari pada dana yang diterima beberapa tahun yang akan mendatang. Dalam memaksimumkan nilai juga dipertimbangkan berbagai resiko terhadap arus pendapatan perusahaan. Dengan demikian memaksimalisasi nilai lebih luas dan lebih umum dari pada memaksimalisasi laba. Pada perusahaan go public nilai perusahaan tercermin pada besarnya harga saham yang diperoleh perusahaan. Semakin tinggi haraga saham yang diperoleh maka semakin tinggi nilai perusahaan dan berpengaruh pada semakin tingginya kekayaan pemegang saham. Dengan adanya tujuan perusahaan dalam pengambilan keputusan untuk memperhitungkan seberapa besar tingkat peningkatan saham yang diperoleh.

Nilai perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan *Price to Book Value* (PBV) karena berkaitan dengan pertumbuhan modal sendiri yang membandingkan nilai pasar dengan nilai bukunya. PBV dapat dirumuskan dengan :

$$\text{PBV} = \frac{\text{Harga Pasar Per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku Per Lembar Saham}}$$

## 2.2 Teori Stakeholder

*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 (Ghozal 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 (Deegan, 2000 dalam Ghozali dan Chariri, 2007).

- Konsep stakeholder (pemangku kepentingan perusahaan)

Melalui pengakuan terhadap berbagai elemen dilingkungan luar perusahaan yang akan berpengaruh terhadap efektivitas pencapaian tujuan, para peneliti di *Stanford Research Institute* (SRI) memperkenalkan konsep *Stakeholder* pada tahun 1963 (Freeman dan Reid, 1983:89) yang mula-mula merujuk pada pengertian:

Ghozali dan Chariri dalam Umi Kalsum (2017)

**Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan diri sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*-nya.<sup>9</sup>**

---

<sup>9</sup> Umi Kalsum, “ Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode ss2012-2015, Skripsi S1 Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Lampung, Bandar Lampung, 2017. Hal 10

**Tabel 2.1**  
**Kepentingan dan Kekuasaan Kepentingan**  
**Kelompok Primer**

<b>Pemangku Kepentingan</b>	<b>Kepentingan (<i>Interest</i>)</b>	<b>Kekuasaan (<i>Power</i>)</b>
1. Pelanggan	Memproleh produk yang aman dan berkualitas sesuai dengan yang dijanjikan serta memperoleh pelayanan yang memuaskan	Membatalkan pesanan dan membeli dari pesaing; Melakukan kampanye negative tentang perusahaan
2. Pemasok	Menerima pembayaran tepat waktu; memperoleh order secara teratur	Membatalkan atau memboikot order dari menjual kepada pesaing
3. Pemodal <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pemegang saham</li> <li>• Kreditur</li> </ul>	Memproleh <i>Dividen</i> dan <i>Capital goin</i> dari saham yang dimiliki  Memperoleh penerimaan bunga dan pembelian pokok pinjaman sesuai jadwal yang telah ditetapkan	Tidak mau membeli saham perusahaan; memberhentikan para eksekutif perusahaan  Tidak memberikan kredit; Membatalkan/ menarik kembali pinjaman yang telah

		diberikan
4. Karyawan	Memperoleh gaji/upah yang wajar dan ada kepastian kelangsungan pekerjaan	Melakukan aksi unjuk rasa/ mogok kerja; memaksakan kehendak melalui organisasi buruh yang ada

Sumber:Agoes dan Cenik (2009)

**Tabel 2.2**

**Keentingan dan Kekuasaan pemangku Keentingan**

**Kelompok Sekunder**

<b>Pemangku Keentingan</b>	<b>Keentingan (<i>Interest</i>)</b>	<b>Kekuasaan (<i>Power</i>)</b>
1. Pemerintah	Pengaharapan dan pertumbuhan ekonomi dan lapangan kerja; Memperoleh pajak	Menutup/menyegel perusahaan; mengeluarkan berbagai peraturan
2. Masyarakat	Mengharapkan peran serta perusahaan dalm program kesejahtraan masyarakat; menjaga kesehatan lingkungan	Menekan pemerintah dengan melalui unjuk rasa missal; Melalui aksi kekerasan



3. Media Massa	Menginformasikan semua kegiatan perusahaan yang berkaitan dengan isu etika, nilai-nilai, kesehatan, keamanan, dan kesejahteraan	Memublikasikan berita negatif yang merusak citra perusahaan
4. Aktivitas Lingkungan	Kepedulian terhadap pengaruh positif dan negatif dari tindakan perusahaan terhadap lingkungan hidup, HAM dan sebagainya	Megampanyekan aksi boikot dengan mempengaruhi pemerintah, media massa, dan masyarakat; melobi pemerintah untuk membatasi/ melarang impor produk perusahaan tersebut bila merusak lingkungan hidup atau melanggar HAM

Sumber: Agoes dan cenik (2009)

### 2.2.1 *Corporate Sosial Responsibility*

*Corporate sosial responsibility* pada umumnya diartikan sebagai memperhatikan kepentingan para pemangku kepentingan sebaik pemegang saham. Suatu perusahaan yang focus pada pemangku kepentingan secara sadar menghindari tindakan yang akan merugikan para pemangku kepentingan.

Tujuannya bukan untuk memaksimalkan kesejahteraan pemangku kepentingan tetapi untuk memaksimalkan kesejahteraan pemangku kepentingan tetapi untuk melestarikannya.

Menurut silaban dan siahaan (2016) **Memaksimalkan kekayaan pemegang saham tidak berarti bahwa manajemen harus mengabaikan tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility (CSR)* seperti memperbaiki kondisi kerja bagi karyawan, kesejahteraan konsumen, kesejahteraan pemerintah, mempertahankan praktik perekrutan yang adil, mendukung pendidikan, kebersihan dan kesehatan lingkungan, keadaan ekonomi masyarakat, partisipasi perusahaan akan pembangunan lingkungan dan sebagainya.**<sup>10</sup>

Menurut A.B susanto *Corporate social Responsibility (CSR)* sebagai tanggung jawab perusahaan baik ke dalam maupun ke luar perusahaan. Tanggung jawab kedalam diarahkan kepada pemegang saham dan karyawan dalam wujud profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan, sedangkan tanggung jawab ke luar dikaitkan dengan peran perusahaan sebagai pembayar pajak dan penyedia lapangan kerja, meningkatkan kesejahteraan dan kompetisi masyarakat,serta memelihara lingkungan generasi mendatang.<sup>11</sup>

Penelitian ini mengacu pada penelitian Nurlela dan Islahuddin (2008) yang dahulu meneliti tentang pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada periode tahun 2005 dan digunakannya kepemilikan

<sup>10</sup> Sukrisno dan Cenik, **Etika Bisnis dan Profesi**, Selemba Empat, Jakarta, 2009, Hal 90

<sup>11</sup> Pasaman Silaban dan Rusliaman Siahaan, **Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi**, Universitas HKBP Nommensen, Medan, 2016, Hal 11

manajemen sebagai variabel moderating, sehingga penelitian ini bertujuan untuk menguji kembali apakah *corporate social responsibility* mempengaruhi nilai perusahaan. Sedangkan beberapa variabel dalam penelitian sebelumnya yang tidak dipergunakan adalah kepemilikan manajemen sebagai variabel moderating. Tidak dipakainya variabel tersebut dikarenakan kepemilikan manajemen sudah berpengaruh positif di dalam peningkatan luas pengungkapan pertanggung jawaban sosial perusahaan, sehingga digunakan variabel lain untuk menguji pengaruhnya di dalam hubungan *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan.

Berdasarkan pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* adalah suatu konsep bahwa organisasi, khususnya (namun bukan hanya), perusahaan adalah memiliki berbagai bentuk tanggung jawab terhadap seluruh pemangku kepentingannya, yang diantaranya adalah konsumen, karyawan, pemegang saham, komunikasi dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan yang mencakup aspek ekonomi, social dan lingkungan.

### **2.2.2 Manfaat *Corporate Social Responsibility***

CSR bagi perusahaan bertujuan dan memiliki manfaat sebagai berikut :

- a. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan *brand image* bagi perusahaan. Perbuatan destruktif pasti akan menurunkan reputasi perusahaan. Begitupun sebaliknya, kontribusi positif pasti juga akan mendongkrak reputasi dan *image* positif perusahaan. Inilah yang menjadi

modal *non* finansial utama bagi perusahaan untuk dapat tumbuh secara berkelanjutan.

b. Layak mendapatkan *social licence to operate*.

Masyarakat sekitar perusahaan merupakan komunitas utama perusahaan. Ketika mereka mendapatkan manfaat dari keberadaan perusahaan, maka pasti dengan sendirinya mereka ikut merasakan memiliki perusahaan. Sehingga imbalan yang diberikan ke perusahaan paling tidak adalah keleluasaan perusahaan untuk menjalankan roda bisnisnya di wilayah tersebut. Jadi program CSR diharapkan menjadi bagian dari asuransi sosial yang akan menghasilkan harmoni dan persepsi positif dari masyarakat terhadap eksistensi perusahaan.

c. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholder*.

Implementasi program CSR tentunya akan menambah frekuensi komunikasi dengan *stakeholders*. Nuansa seperti itu dapat membentangkan karpet merah bagi terbentuknya *trust* kepada perusahaan.

d. Meningkatkan semangat dan produktifitas karyawan.

Kesejahteraan yang diberikan para pelaku CSR umumnya sudah jauh melebihi standar normatif kewajiban yang dibebankan kepada perusahaan. Oleh karenanya wajar bila karyawan menjadi terpacu untuk meningkatkan kinerjanya. Disamping itu reputasi perusahaan yang baik dimata *stakeholders* juga merupakan vitamin tersendiri bagi karyawan untuk meningkatkan motivasi dalam berkarya.

### 2.2.3 Aspek-Aspek *Corporate Social Responsibility*

Elkington dalam Sukrisno dan Cenik mengemukakan, konsep CSR sebenarnya ingin memadukan tiga fungsi perusahaan secara seimbang, yaitu :

- a. Fungsi ekonomis. Fungsi ini merupakan fungsi tradisional perusahaan, yaitu untuk memperoleh keuntungan (*profit*) bagi perusahaan (yang sebenarnya merupakan kepentingan pemilik perusahaan).
- b. Fungsi sosial. Perusahaan menjalankan fungsi ini melalui pemberdayaan manusianya, yaitu para pemangku kepentingan (*people/stakeholder*) baik pemangku kepentingan primer maupun pemangku kepentingan sekunder . Selain itu, melalui fungsi ini perusahaan berperan menjaga keadilan dalam membagi manfaat dan menanggung beban yang ditimbulkan dari aktivitas perusahaan.
- c. Fungsi alamiah. Perusahaan berperan dalam menjaga kelestarian alam (*planet/bumi*). Perusahaan hanya merupakan salah satu elemen dalam sistem kehidupan di bumi ini. Bila bumi ini dirusak, maka seluruh bentuk kehidupan di bumi ini (manusia, hewan, dan tumbuh-tumbuhan) akan terancam musnah. Bila tidak ada kehidupan, bagaimana mungkin akan ada perusahaan yang masih bertahan hidup.

### 2.2.4 Faktor – Faktor yang mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Sonny Keraf dalam Sukrisno dan Cenik menginventarisasi alasan-alasan bagi yang mendukung perlunya perusahaan menjalankan program CSR.

1. Kesadaran yang meningkat dan masyarakat yang semakin kritis terhadap dampak negative dari tindakan perusahaan yang merusak alam serta merugikan masyarakat sekitarnya.
2. Sumber daya alam yang semakin terbesar.
3. Bisnis sebenarnya mempunyai sumber daya yang berguna.
4. Menciptakan lingkungan sosial yang lebih baik.
5. Menciptakan keuntungan jangka panjang.<sup>12</sup>

#### 2.2.5 Prinsip-prinsip *Corporate Sosial Responsibility* (CSR)

Berdasarkan tingkat/lingkup keterlibatan ini, Lawrence, dkk (2005) dalam Sukrisno dan Cenik (2009) membedakan dua prinsip CSR, yaitu: prinsip amal (*charity principles*) dan prinsip pelayanan ( *stewardship principles*). Perbedaan kedua prinsip ini terletak pada perbedaan kesadaran dan lingkup keterlibatan.

**Tabel 2.3**

#### **Fondasi prinsip *Corporate Sosial Responsibility***

Ciri-ciri	Prinsip Amal	Prinsip Pelayanan
Defenisi	Bisnis seharusnya memberikan bantuan sukarela kepada orang atau kelompok yang memerlukan.	Sebagai agen public, tindakan bisnis seharusnya mempertimbangkan semua kelompok pemangku kepentingan yang dipengaruhi oleh keputusan

<sup>12</sup>Sukrisno dan Cenik, **op.cit.** Hal.93

		dan kebijakan perusahaan.
Tipe Aktivitas	Filantropi korporasi: Tindakan sukarela untuk menunjang citra perusahaan.	Mengakui adanya saling ketergantungan perusahaan dengan masyarakat: Menyeimbangkan kepentingan dan kebutuhan semua ragam kelompok dimasyarakat.
Contoh	Mendirikan yayasan amal, berinisiatif untuk menanggulangi masalah sosial, berkerja sama dengan kelompok masyarakat yang memerlukan.	Pribadi yang tercerahkan, memenuhi ketentuan hukum, menggunakan pendekatan <i>stakeholders</i> dalam perencanaan strategis perusahaan.

**Sumber:** Agoes dan Cenik (2009)

### 2.2.6 Pengukuran *Corporate Social Responsibility*

Dalam penelitian *Corporate Social Responsibility* akan diukur dengan menggunakan *Corporate Social Responsibility Index (CSDI)*. Informasi mengenai *Corporate Social Responsibility Index (CSDI)* yang akan digunakan dalam penelitian ini berdasarkan GRI G4. Adapun rumus CSDI sebagai berikut :

$$CSDI_j = \frac{\sum x_{ij}}{n_j}$$

Dimana :

CSDI = Corporate Social Responsibility Disclosure Index

$N_j$  = jumlah item untuk perusahaan  $j$ ,  $n_j$

$X_{ij}$  = 1 jika item  $I$  diungkapkan; 0 = jika item  $I$  tidak diungkapkan

Informasi mengenai CSR berdasarkan GRI berfokus pada 3 kategori, yaitu

:

- 1) Indikator Kinerja Ekonomi (*Economic performance indicator*), terdiri dari 9 item.
- 2) Indikator Kinerja Lingkungan (*environment performance indicator*), terdiri dari 30 item.
- 3) Indikator Kinerja Sosial (*social performance indicator*), terdiri dari 40 item yaitu :
  - Tenaga Kerja (*labor practices and decent work*)
  - Hak Asasi Manusia (*human rights performance*)
  - Sosial (*society*)
  - Tanggung Jawab Produk (*product responsibility performance*)

### 2.3 Profitabilitas

Menurut Amran Manurung dan Halomoan Sihombing (2018:131) **“Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan dari usahanya”**.<sup>13</sup> Sedangkan Menurut Kusumadilaga (2010), **Profitabilitas perusahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan pada periode**

---

<sup>13</sup> Amran Manurung dan Halomoan, **Analisa Laporan Keuangan**, Universitas HKBP Nommensen, Medan, 2018, Hal.131



**akuntansi.<sup>14</sup> Menurut Pirmatua Sirait (2016:139) “Profitabilitas atau kemampuan disebut juga rentabilitas, yaitu kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba secara komprehensif, mengkonversi penjualan menjadi keuntungan dan arus kas”<sup>15</sup>**

Selanjutnya, profitabilitas sebagai variabel moderating digunakan dalam penelitian karena secara teoritis semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dicapai perusahaan maka semakin kuat pula hubungan pengungkapan sosial dengan nilai perusahaan. Perbedaan lain dengan penelitian sebelumnya adalah digunakannya standar GRI (*Global Reporting Initiative*) di dalam mengukur pengungkapan sosial di dalam penelitian ini.

Pada penelitian ini, kemampuan perusahaan menghasilkan laba diukur dengan menggunakan rasio *return on asset* (ROA). ROA mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aktiva tertentu atau dapat dikatakan pula bahwa ROA merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dari setiap rupiah aktiva yang digunakan.

#### **Laba Bersih**

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

#### **Total Asset**

---

<sup>14</sup> Wahyuning Ambar Setianingrum, “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi” Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2013, Skripsi S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang, 2015, Hal 56

<sup>15</sup> Pirmatua Sirait, 2w Analisis Laporan Keuangan, Edisi I, Cetakan Ke-1, Ekuilibri, Yogyakarta 2017, Hal.139

## 2.4 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.4**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Umi Kalsum (2017)	Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Periode 2012-2015)	Variabel Independen : <i>Corporate Social Responsibility</i>  Variabel moderasi : profitabilitas yang diproksikan ROE  Variabel dependen : nilai perusahaan	Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.  Profitabilitas sebagai variabel moderasi ternyata berpengaruh signifikan terhadap hubungan <i>Corporate Social Responsibility</i> dengan nilai perusahaan

2	<p>Rimba Kusumad ilaga (2010)</p>	<p>Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)</p>	<p>Variabel Independen : <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>Variabel moderasi : profitabilitas yang diproksikan ROA</p> <p>Variabel dependen : nilai perusahaan</p>	<p>Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.</p> <p>Profitabilitas sebagai variabel moderating tidak dapat mempengaruhi hubungan <i>Corporate Social Responsibility</i> dan nilai perusahaan.</p>
3.	<p>Samsul Arifin (2019)</p>	<p>Pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi</p>	<p>Variabel independen: kinerja sosial yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan</p>	<p>Pengaruh Profitabilitas terhadap dampak positif bagi nilai perusahaan kedepannya apakah dapat berpengaruh atau tidak.</p>

			Variabel Pemoderasi : Profitabilitas Variabel Dependen: Nilai perusahaan	
4	Silvia Agustina (2013)	Pengaruh Profitabilitas Dan Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI)	Variabel Independen : Profitabilitas dan pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Variabel dependen : nilai perusahaan	Profitabilitas yang diproksikan dengan ROE berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Sumber : Data Diolah Penulis, 2020

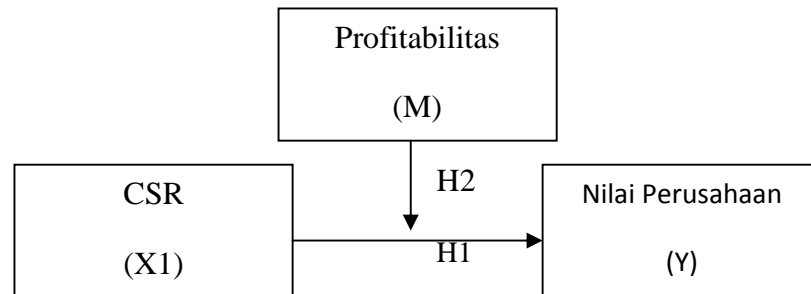
## 2.5 Kerangka Konseptual & Hipotesis

### 2.5.1 Kerangka Konseptual

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

**Gambar 2.1**

#### **Kerangka Konseptual**



Sumber: Suci Ramona (2013)

### 2.5.2 Perumusan Hipotesis

#### 2.5.2.1 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai

##### **Perusahaan**

Pertanggung jawaban sosial perusahaan dapat diungkapkan di dalam laporan yang disebut *sustainability reporting* (laporan keberkelanjutan). CSR dapat menjadi keberlanjutan apabila program yang di buat oleh suatu perusahaan benar - benar merupakan komitmen bersama segenap unsur yang ada dalam perusahaan itu sendiri. Pelaksanaan CSR diharapkan akan mampu menaikkan nilai perusahaan dilihat dari harga saham dan laba perusahaan (*earning*) sebagai akibat dari para investor yang menanamkan saham di perusahaan, karena kegiatan

CSR merupakan keberpihakan perusahaan terhadap masyarakat. Sehingga masyarakat akan mampu memilih produk yang baik yang di nilai tidak hanya barangnya saja, tetapi juga melalui tata kelola perusahaannya. Kegiatan CSR sendiri merupakan bagian dari tata kelola perusahaan yang baik.

Berdasarkan penjelasan di atas maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H1: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.**

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

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. Tanggung jawab perusahaan diwujudkan melalui kinerja ekonomi, lingkungan, dan sosial. Semakin baik kinerja yang dilakukan perusahaan dalam memperbaiki tatanan ekonomi, sosial, dan lingkungan maka nilai perusahaan semakin meningkat sebagai akibat dari para investor yang menanamkan sahamnya pada perusahaan..

Berdasarkan penjelasan di atas maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H2 : *Corporate Social Responsibility* akan meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan tinggi.**

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Objek dari penelitian ini adalah keseluruhan perusahaan Industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian dimulai dari tahun 2016-2018 sebagai tahun pengamatan karena peneliti ingin mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan.

#### **3.2 Desain Penelitian**

Menurut Jadongan Sijabat (2014) **“Penelitian deskriptif adalah penelitian yang datanya berasal dari semua subjek dalam populasi, tidak hanya dari sampel”**.<sup>16</sup> Sedangkan Menurut Zulganef (2018) **“ Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan menggambarkan suatu kondisi atau fenomena tertentu, tidak memilah-milah atau mencari faktor-faktor atau variabel tertentu.”**<sup>17</sup>

#### **3.3 Populasi & Sampel**

##### **3.3.1 Populasi Penelitian**

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan Industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016-2018 dengan alasan perusahaan-perusahaan tersebut lebih banyak memberikan dampak/pengaruh terhadap lingkungan di sekitarnya sebagai akibat dari aktivitas yang dilakukan perusahaan.

---

<sup>16</sup> Jadongan, **Metodologi Penelitian Akuntansi**, Universitas HKBP Nommensen, Medan, 2014, Hal 4

<sup>17</sup> Zulganef, **Metode Penelitian Sosial & Bisnis**,

### 3.3.2 Sampel Penelitian

Sampel pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia, dengan alasan perusahaan pada sektor ini banyak mempunyai pengaruh atau dampak ekonomi, lingkungan dan sosial disekitarnya sebagai akibat operasional yang dilakukan perusahaan. Diharapkan perusahaan dapat meningkatkan kinerjanya dalam bidang ekonomi, sosial dan lingkungan sekitar dengan meningkatkan kegiatan CSR maka perusahaan akan menerima manfaat atas kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan. Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel dari populasi dengan kriteria tertentu. Adapun kriteria pemilihan sampel dalam penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Perusahaan subsektor Industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2018.
- 2) Perusahaan menerbitkan laporan tahunan 2016-2018, memiliki data keuangan dalam bentuk rupiah dan data pasar yang lengkap
- 3) Perusahaan subsektor Industri yang mengungkapkan CSR di dalam annual report.

Berdasarkan kriteria-kriteria yang sudah ditetapkan diatas, maka sampel penelitian sebanyak :

Adapun pemilihan sampel dengan menggunakan metode *purposive sampling* dapat dilihat pada tabel

**Tabel 3.1**

**Pemilihan Sampel Perusahaan Sektor Industri Dasar Dan Kimia Sesuai Dengan Kriteria**

No	Kode Perusahaan	Kriteria			Keterangan
		1	2	3	
1	AGII	✓	✓	--	Pengungkapan CSR tidak ada
2	BRPT	✓	--	✓	Data keuangan tidak dalam rupiah



3	BUDI	✓	✓	✓	Sampel 1
4	INOV	✓	✓	--	Pengungkapan CSR tidak ada
5	INTP	✓	✓	✓	Sampel 2
6	SMBR	✓	--	--	Tidak memiliki Annual Report
7	SMCB	✓	✓	--	Pengungkapan CSR tidak ada
8	SMGR	✓	✓	--	Tidak memiliki Annual Report
9	WSBP	✓	--	✓	Data keuangan tidak dalam rupiah
10	WTON	✓	✓	✓	Sampel 3
11	DPNS	✓	✓	✓	Sampel 4
12	EKAD	✓	✓	✓	Sampel 5
13	AKPI	✓	✓	--	Pengungkapan CSR tidak ada
14	ALMI	✓	✓	✓	Sampel 6
15	BAJA	✓	✓	--	Pengungkapan CSR 2016-2018
16	BTON	✓	✓	✓	Sampel 7
17	CTBN	✓	✓	✓	Sampel 8
18	GGRP	✓	✓	--	Pengungkapan CSR tidak ada
19	INAI	✓	✓	✓	Sampel 9
20	ISSP	✓	✓	--	Pengungkapan CSR tidak ada
21	JKSW	✓	✓	--	Pengungkapan CSR tidak ada
22	CPIN	✓	✓	✓	Sampel 10
23	JPFA	✓	--	--	Pengungkapan CSR tidak ada
24	MAIN	✓	✓		Pengungkapan CSR tidak ada

25	SIPD	✓	✓	✓	Sampel 11
26	IFII	✓	✓	--	Pengungkapan CSR tidak ada
27	SULI	✓	--	--	Tidak memiliki Annual Report
28	TIRT	✓	✓	--	Pengungkapan CSR tidak ada
29	SINI	✓	--	--	Tidak memiliki Annual Report
30	ALDO	✓	--	--	Tidak memiliki Annual Report
31	FASW	✓	--	--	Tidak memiliki Annual Report
32	INKP	✓	--	--	Tidak memiliki Annual Report
33	INRU	✓	--	--	Tidak memiliki Annual Report
34	KBRI	✓	--	--	Tidak memiliki Annual Report
35	KDSI	✓	--	--	Tidak memiliki Annual Report
36	SPMA	✓	--	--	Tidak memiliki Annual Report
37	SWAT	✓	--	--	Tidak memiliki Annual Report
38	ETWA	✓	--	✓	Data Keuangan 2017
39	INCI	✓	✓	--	Pengungkapan CSR tidak ada
40	TKIM	✓	--	--	Tidak memiliki Annul Report
41	EKAD	✓	--	--	Tidak memiliki Annul Report
42	MDKI	✓	--	✓	Data keuangan 2016 tidak dicantumkan
43	MOLI	✓	--	--	Tidak ada pengungkapan CSR 2016-2017
44	SRSN	✓	✓	✓	Sampel 12
45	MLIA	✓	✓	✓	Sampel 13

46	TOTO	✓	✓	--	CSR 2016 tidak dicantumkan
47	AGII	✓	✓	--	CSR 2017 tidak dicantumkan
48	BRPT	✓	--	✓	Data keuangan tidak dalam rupiah
49	APLI	✓	--	--	Tidak memiliki Annual Report
50	BRNA	✓	✓	✓	Sampel 14
51	ESIP	✓	--	--	Tidak memiliki Annual Report
52	FPNI	✓	✓	--	CSR 2018 tidak dilampirkan
53	IGAR	✓	✓	--	CSR 2016 tidak dilampirkan
54	IMPC	✓	✓	✓	Sampel 15
55	IPOL	✓	--	✓	Data keuangan tidak dalam rupiah
56	PBID	✓	--	✓	Data keuangan tidak dalam rupiah
57	AMFG	✓	✓	✓	Sampel 16
58	ARNA	✓	✓	✓	Sampel 17
59	CAKK	✓	✓	--	CSR 2017 tidak dilampirkan
60	KIAS	✓	✓	✓	Sampel 18
61	MARK	✓	✓	--	CSR 2016 tidak dilampirkan
62	AKKU	✓	✓	--	CSR 2017 tidak dilampirkan
63	AKPI	✓	--	✓	Data keuangan 2016 tidak dicantumkan

**Sumber** : Data diolah penulis, 2020

**Tabel 3.2**

**Jumlah Sesuai Kriteria**

No	Keterangan	Jumlah
1	Jumlah perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI tahun 2016-2018	63
2	Perusahaan yang datanya belum sesuai kriteria	45
3	Jumlah perusahaan yang dijadikan sampel	18

Sumber: Data Diolah Penulis, 2020

Setelah dilakukannya metode *Purposive sampling*, maka dapat diketahui sampel dalam penelitian ini dilihat pada tabel 3.3.

**Tabel 3.3**

**Sampel Penelitian**

No	Nama Perusahaan	Kode
1	PT. Budi Starch and Sweetener Tbk	BUDI
2	PT.Indocoment Tunggal Prakasa Tbk	INTP
3	PT. Wijaya Karya Beton Tbk	WTON
4	PT. Duta Pertiwi Nusantara Tbk	DPNS
5	PT. Ekadharma International Tbk	EKAD
6	PT. Alumindo Ligth Metal Industry Tbk	ALMI

7	PT. Beton Jaya Manunggal Tbk	BTON
8	PT. Citra Turbindo Tbk	CTBN
9	PT. Indal Aluminium Industry Tbk	INAI
10	PT. Charoen Pokphand Indonesia Tbk	CPIN
11	PT. Siarad Produce Tbk	SIPD
12	PT. Indo Acitama Tbk	SRSN
13	PT. Mulia Industrindo Tbk	MLIA
14	PT. Berlina Tbk	BRNA
15	PT. Impack Pratama Industry Tbk	IMPC
16	PT.Asahimas Flat Glass Tbk	AMFG
17	PT.Arwana Citra Mulia Tbk	ARNA
18	PT. Keramika Indonesia Assosiasi Tbk	KIAS

Sumber: Data Diolah Oleh Penulis,2020

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode dokumentasi yaitu mencari data laporan tahunan dan laporan keuangan yang dipublikasikan oleh perusahaan subsektor Industri untuk periode 2016-2018 yang diperoleh dari website resmi BEI ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)). Pengumpulan data dilakukan dengan cara penelusuran terhadap laporan tahunan dan laporan keuangan yang terpilih menjadi sampel. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh atau dicatat oleh pihak lain) yang berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini

adalah laporan keuangan yang berhubungan dengan variabel penelitian, sedangkan untuk laporan keberlanjutan perusahaan diperoleh melalui situs resmi masing-masing perusahaan

### 3.5 Definisi Operasional dan Variabel Penelitian

Definisi operasional merupakan penjabaran suatu variabel ke dalam indikator-indikator, dengan adanya definisi operasional pada variabel yang dipilih dan digunakan dalam penelitian maka lebih mudah untuk diukur dan variabel tersebut sebagai berikut :

**Tabel 3.4**

**Defenisi Operasional Variabel**

No	Variabel	Definisi Operasional	Rumus
1	CSR (X)	Tingkat pengungkapan CSR pada laporan tahunan perusahaan yang dinyatakan dalam Corporate Social Responsibility Index (CSRI) yang akan dinilai dengan membandingkan jumlah pengungkapan yang dilakukan perusahaan dengan yang disyaratkan oleh GRI ( Menurut Suci Ramona,2017 Hal, 9)	$CSRI^j = \frac{x_{ij}}{n_j}$

2	<p>Nilai Perusahaan (Y)</p>	<p>Dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan. Pengukuran nilai perusahaan menggunakan Tobins'Q. Jika Tobins'Q diatas satu, menunjukkan bahwa investasi dalam aset menghasilkan laba yang memberikan nilai yang lebih tinggi, hal ini akan merangsang investasi baru namun, Jika Tobins'Q dibawah satu adalah sebaliknya (Menurut White et al,(2002) dalam Etty Murwaningsari(2009)</p>	$\text{Tobins'Q} = \frac{\text{EMV} + \text{D}}{\text{EBV} + \text{D}}$
3	<p>Profitabilitas (Xm)</p>	<p>Variabel moderating dalam penelitian ini adalah profitabilitas yang mempengaruhi hubungan CSR terhadap nilai perusahaan. ROA sebagai salah satu ukuran profitabilitas menunjukkan kemampuan manajemen perusahaan dalam menghasilkan income dari pengelolaan aset yang dimiliki untuk menghasilkan laba.( Menurut Suci Ramona,2017 hal, 9.)</p>	$\text{ROA} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$

Menurut Jadongan (2014) “**Variabel dependen adalah variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen**”.<sup>18</sup> Menurut Jadongan (2014) ”**Variabel independen adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lain**”<sup>19</sup>. Variabel independen dalam penelitian ini untuk penelitian ini menggunakan seluruh indikator kategori sesuai standar pengungkapan CSR GRI versi G4, yaitu sebagai berikut :

- a. Indikator Kinerja Lingkungan (*environment performance indicator*)
- b. Indikator Kinerja Tenaga Kerja (*labor practices performances indicator*)
- c. Indikator Kinerja Sosial (*social performances indicator*)
- d. Indikator Kinerja Produk (*product responsibility performances indicator*)

### **3.6 Teknik Analisis Data**

Dalam penelitian ini, metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis statistik *software SPSS*.

#### **3.6.1 Statistik Deskriptif**

Statistik deskriptif merupakan alat statistic yang berfungsi mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya. Statistik deskriptif dilakukan untuk mendiskripsikan suatu data yang dilihat dari mean, median, deviasi standar, nilai minimum, dan nilai maksimum. Pengujian ini dilakukan untuk mempermudah memahami variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.

#### **3.6.2 Pengujian Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini ada 3 yaitu :

1. Uji Normalitas

---

<sup>18</sup> Jadongan, **op.cit**, Hal.43

<sup>19</sup> Jadongan, **op.cit**, Hal.43



Uji normalitas digunakan dalam pemilihan metode analisis data. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah data terdistribusi normal atau tidak, sebab jika variabel yang akan diteliti tidak terdistribusi secara normal maka hasil uji statistic akan terdegrasi. Metode yang digunakan dalam uji normalitas pada penelitian ini menggunakan uji statistic *Kolmogorov-Smirnov*. Apabila nilai signifikansinya lebih dari 5% maka data residual terdistribusi normal.

## 2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi yang ditemukan memiliki hubungan linier sempurna atau mendekati sempurna antar variabel bebas (dependen). Metode ini dilakukan dengan cara melihat nilai toleransi dan *Variance inflation faktor* (VIF). Ada tidaknya gejala multikolinieritas dilakukan dengan cara apabila nilai VIF kurang dari 10 dan tolerance lebih dari 0,1 maka penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

## 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan deviasi standar nilai variabel dependen pada setiap variabel independen. Pengujian ini dapat dideteksi dengan melihat grafik scatterplot antara nilai prediksi variabel dependen (Z-PRED) dan residualnya (S-RESID), dimana sumbu X adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu Y adalah (Y yang diprediksi Y sesungguhnya). Apabila titik-titik pada grafik *scatterplot* menyebar secara acak dan tidak membentuk pola, heteroskedastisitas tidak terjadi pada model regresi.

## 4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dalam penelitian ini digunakan uji Durbin-Watson. Nilai statistika dari Durbin-Watson yang lebih kecil dari 1 atau lebih besar dari 3 diindikasikan terjadi autokorelasi.

### 3.6.3 Pengujian Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi sederhana adalah metode pendekatan untuk hubungan antara satu variabel dependen dan satu variabel independen. 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.

Berikut merupakan persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini:

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

Keterangan :

Y = Nilai Perusahaan

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_1 - \beta_3$  = Koefisien Regresi

$X_1$  = *Corporate Social Responsibility*

### 3.6.4 Pengujian hipotesis

#### 1. Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)

Uji t adalah pengujian untuk mengetahui apakah variabel independen secara individual mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesis dilakukan jika tingkat probabilitasnya lebih kecil 0.05 maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Hipotesis yang diukur yaitu:

- a. Ho : *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
- b. H1 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Prosedur pengujian yang dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel, kriteria pengujiannya adalah:

- Apabila t hitung  $<$  t tabel dan tingkat signifikansi ( $\alpha$ )  $<$  0,05, maka Ho menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen ditolak. Maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- Apabila t hitung  $>$  t tabel dan tingkat signifikansi ( $\alpha$ )  $>$  0,05, maka Ho menyatakan bahwa terdapat pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen diterima. Maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

## 2. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) dilakukan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai koefisien determinasi. Nilai koefisien determinasi merupakan besaran non negative dan besarnya koefisien determinasi adalah 0 dan 1 ( $0 \leq R^2 \leq 1$ ). Jika  $R^2$  bernilai 0, maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Sebaliknya jika  $R^2$  mendekati 1 ditunjukkan dengan semakin kuatnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.