



**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN
PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL
MODERASI (PADA PERUSAHAAN
INDUSTRI BARANG KONSUMSI
YANG TERDAFTAR DI BED)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Ujian Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Sosial Sains
Universitas Pembangunan Panca Budi

Oleh :

JELITA RIA
1715100045

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
MEDAN
2021**



**FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCABUDI
MEDAN**

PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : JELITA RIA
NPM : 1715100045
PROGRAM STUDI : AKUNTANSI
JENJANG : S1 (STRATA SATU)
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS
SEBAGAI VARIABEL MODERASI (PADA
PERUSAHAAN INDUSTRI BARANG KONSUMSI
YANG TERDAFTAR DI BEI)

MEDAN, 2021

KETUA PROGRAM STUDI

(Dr. Oktarini Khamila Siregar, S.E., M.Si)



(Dr. Chuly Medaline, SH., M.Kn)

PEMBIMBING I

(Drs. Nadjib, SE., MM)

PEMBIMBING II

(Nur Aliah, SE., M.Si., Ak.CA)



**FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCABUDI
MEDAN**

**SKRIPSI DITERIMA DAN DISETUJUI OLEH PANITIA UJIAN
SARJANA LENGKAP FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
MEDAN**

PERSETUJUAN UJIAN

NAMA : JELITA RIA
NPM : 1715100045
PROGRAM STUDI : AKUNTANSI
JENJANG : S1 (STRATA SATU)
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS
SEBAGAI VARIABEL MODERASI (PADA
PERUSAHAAN INDUSTRI BARANG KONSUMSI
YANG TERDAFTAR DI BEL)

MEDAN, 2021

KETUA

(Irawan, SE.,M.Si)

ANGGOTA I

(Drs. Nadjib, Ak.,MM)

ANGGOTA II

(Nur Aliah, SE.,M.Si.,Ak.CA)

ANGGOTA III

(Miftha Rizkina, SE.,M.Si.,Ak.,CA)

ANGGOTA IV

(Mikha Debora Br Barus, S.Pd.,M.Si)

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : JELITA RIA
NPM : 1715100045
PROGRAM STUDI : AKUNTANSI
JENJANG : S1 (STRATA SATU)
JUDUL : PENGARUH CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS
SEBAGAI VARIABEL MODERASI (PADA
PERUSAHAAN INDUSTRI BARANG KONSUMSI
YANG TERDAFTAR DI BEI)

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (plagiat)
2. Memberikan hak bebas Royalti Non Eksklusif kepada Unpad untuk menyimpan, mengahli-media/formatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan karya skripsinya melalui internet atau media lain lagi bagi kepentingan akademis.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi apaun sesuai dengan aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Medan, Januari 2021

Penulis



Jelita Ria

1715100045

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Jelita Ria
NPM : 1715100045
Fakultas/Program Studi : Sosial Sains/Akuntansi
Jenjang : S1 (Strata Satu)
Alamat : Medan

Dengan ini mengajukan permohonan untuk mengikuti ujian sarjana lengkap pada Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan. Sehubungan dengan hal tersebut maka saya tidak akan lagi ujian perbaikan nilai dimasa yang akan datang. Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sebenarnya untuk dapat digunakan seperfunya.

Medan, Januari 2021



Jelita Ria
1715100045



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI

FAKULTAS SOSIAL SAINS

Fakultas Ekonomi UNPAB, Jl. Jend. Gatot Subroto Km, 4,5 Medan Fax. 061-8458077 PO.BOX : 1099 MEDAN

PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI MANAJEMEN	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI AKUNTANSI	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI ILMU HUKUM	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI PERPAJAKAN	(TERAKREDITASI)

PERMOHONAN JUDUL TESIS / SKRIPSI / TUGAS AKHIR*

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap	: JELITA RIA
Tempat/Tgl. Lahir	: MARYKE / 21 Januari 2000
Nomor Pokok Mahasiswa	: 1715100045
Program Studi	: Akuntansi
Konsentrasi	: Akuntansi Sektor Bisnis
Jumlah Kredit yang telah dicapai	: 144 SKS, IPK 3.57
Nomor Hp	: 082369383066
Pengajuan ini mengajukan judul sesuai bidang ilmu sebagai berikut	:

	Judul
	Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi (Pada perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI)0

Disetujui Oleh Dosen Jika Ada Perubahan Judul

Yang Tidak Perlu

Rektori,
 (Cahyo Pramono, S.E., M.M.)

Medan, 21 Mei 2021

Pemohon,

 (Jelita Ria)

Tanggal :
 Disahkan oleh
 Dekan

 (Dr. Bambang Widjanarko, SE., MM.)

Tanggal : 13 Februari 2021
 Disetujui oleh :
 Dosen Pembimbing I :

 (Drs Nadjib, Ak., MM)

Tanggal :
 Disetujui oleh:
 Kaprodi Akuntansi

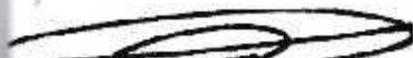
 (Dr Rahima Purba, SE., M.Si., Ak., CA.)

Tanggal : 24 Februari 2021
 Disetujui oleh:
 Dosen Pembimbing II:

 (Nur Alish, SE., M.Si., Ak., CA.)

No. Dokumen: FM-UPBM-18-02	Revisi: 0	Tgl. Eff: 22 Oktober 2018
----------------------------	-----------	---------------------------

TCC Seminar Proposal
opms I
24 April 2021


Drs. Nadjib, Ak., MM




Nur Alich, SE., Msi., Ak., CA
Seminar Proposal
opms II
7 Mei 2021

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL
MODERASI (PADA PERUSAHAAN
INDUSTRI BARANG KONSUMSI
YANG TERDAFTAR
DI BEI)**

PROPOSAL

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Sosial Sains
Universitas Pembangunan Panca Budi

Oleh :

JELITA RIA
1715100045

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
MEDAN
2021**

Acc Meja hijau
11 November 2021

Drs Madjib, Ak.,MM



ACC MEJA HIJAU
0 11.11.2021

(MUR ALIPI)

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN
PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL
MODERASI (PADA PERUSAHAAN
INDUSTRI BARANG KONSUMSI
YANG TERDAFTAR DI BEI)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Ujian Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Sosial Sains
Universitas Pembangunan Panca Budi

Oleh :

JELITA RIA
1715100045

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
MEDAN
2021**



YAYASAN PROF. DR. H. KADIRUN YAHYA

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI

JL. Jend. Gatot Subroto KM 4,5 PO. BOX 1099 Telp. 061-30106057 Fax. (061) 4514808

MEDAN - INDONESIA

Website : www.pancabudi.ac.id - Email : admin@pancabudi.ac.id

LEMBAR BUKTI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : JELITA RIA
NPM : 1715100045
Program Studi : Akuntansi
Jenjang Pendidikan : Strata Satu
Dosen Pembimbing : Drs Nadjib, Ak., MM
Judul Skripsi : Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi (Pada perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI)

Tanggal	Pembahasan Materi	Status	Keterangan
24 Mei 2021	Acc seminar proposal	Disetujui	
12 November 2021	Acc sidang meja hijau	Disetujui	
24 Januari 2022	Acc Pengesahan/Jilid	Disetujui	

Medan, 25 Januari 2022
Dosen Pembimbing,



Drs Nadjib, Ak., MM



YAYASAN PROF. DR. H. KADIRUN YAHYA

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI

Jl. Jend. Gatot Subroto KM 4,5 PO. BOX 1099 Telp. 061-30106057 Fax. (061) 4614808
MEDAN - INDONESIA

Website : www.pancabudi.ac.id - Email : admin@pancabudi.ac.id

LEMBAR BUKTI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : JELITA RIA
NPM : 1715100045
Program Studi : Akuntansi
Jenjang Pendidikan : Strata Satu
Dosen Pembimbing : Nur Alich, SE., M.Si., Ak., CA
Judul Skripsi : Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi (Pada perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI)

Tanggal	Pembahasan Materi	Status Keterangan
27 April 2021	Penulisan dfti pustaka sesuaikan dengan style APA. lihat dibuku panduan cek bagian yg saya tandai	Revisi
04 Mei 2021	dalam penulisan masih banyak yg perlu di perbaiki, baca buku pedoman penulisan skripsi. tolong perhatikan dibagian mana yg saya tandai sebelum nya...)	Revisi
07 Mei 2021	LANJUT KE DOPING 1 YA	Disetujui
07 Juli 2021	pastikan indikator car yang kamu gunakan apa?perhatikan rumusan masalah nya, pada bagian rumus statistiknya masih perlu dicek selanjutnya kita diskusi via wa ya	Revisi
27 Agustus 2021	Terdalu banyak copas dari penelitian lain. pakai kata kata kamu sendiri	Revisi
11 November 2021	Acc meja hijau	Disetujui
24 Januari 2022	Acc jlltd	Disetujui

Medan, 25 Januari 2022
Dosen Pembimbing,



Nur Alich, SE., M.Si., Ak., CA

SURAT KETERANGAN PLAGIAT CHECKER

Dengan ini saya Ka.LPMU UNPAB menerangkan bahwa surat ini adalah bukti pengesahan dari LPMU sebagai pengesah proses plagiat checker Tugas Akhir/ Skripsi/ Tesis selama masa pandemi *Covid-19* sesuai dengan edaran rektor Nomor : 7594/13/R/2020 Tentang Pemberitahuan Perpanjangan PBM Online

Demikian disampaikan.

NB: Segala penyalahgunaan/ pelanggaran atas surat ini akan di proses sesuai ketentuan yang berlaku UNPAB.



Ritonga, BA., MSc

No. Dokumen : PMI-LJMA-06-02

Revisi : 00

Tgl Eff

: 23 Jan 2019

Plagiarism Detector v. 1921 - Originality Report 11/16/2021 11:56:38 AM

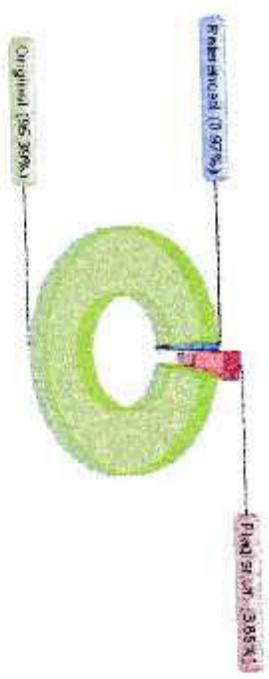
File: C:\Users\Ademir\Documents\Plagiarism Detector\report\original\report 16 11 2021 11:56:40 - JELITA_RA_1715100045_AKUNTANSI.docx : 16791300 bytes
Universitas Pembangunan Panca Budi_Licensed03

- 2. File location: C:\Users\Ademir\Documents\Plagiarism Detector\report\original\report 16 11 2021 11:56:40 - JELITA_RA_1715100045_AKUNTANSI.docx
- 2. Content type: Internet Check
- 2. File encoding: utf-8 [file_and_enc_value]

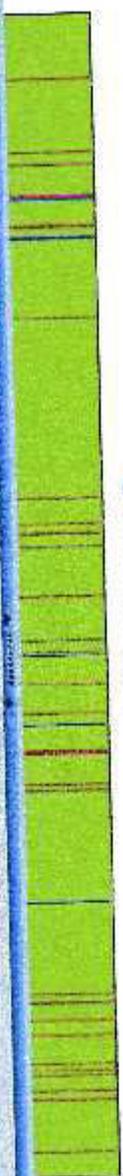


Click here to download the report (PDF)

Download report



Download report





YAYASAN PROF. DR. H. KADIRUN YAHYA
PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
Jl. Jend. Gatot Subroto KM. 4,5 Medan Sunggal, Kota Medan Kode Pos 20122

SURAT BEBAS PUSTAKA
NOMOR: 886/PERP/BP/2021

Perpustakaan Universitas Pembangunan Panca Budi menerangkan bahwa berdasarkan data pengguna perpustakaan nama saudara/i:

Nama : JELITA RIA
M. : 1715100045
Kelas/Semester : Akhir
Jurusan : SOSIAL SAINS
Konsentrasi/Prodi : Akuntansi

Sejak tanggal 12 November 2021, dinyatakan tidak memiliki tanggungan dan atau pinjaman buku yang tidak lagi terdaftar sebagai anggota Perpustakaan Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.

Medan, 12 November 2021
Diketahui oleh,
Kepala Perpustakaan



Kahmad Budi Utomo, ST, M. Kom

Dokumen : FM-PERPUS-06-01
Revisi : 01
Efektif : 04 Juni 2015

SURAT PERNYATAAN

Saya Yang Bertanda Tangan Dibawah Ini :

Nama : JELITA RIA
N. P. M : 1715100045
Tempat/Tgl. Lahir : MARYKE / 2000-01-21
Alamat : Dusun Mbacang
No. HP : 082369383066
Nama Orang Tua : SABARITA SITEPU/SERASI BR SEMBIRING
Fakultas : SOSIAL SAINS
Program Studi : Akuntansi
Judul : Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi (Pada perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI)

Bersama dengan surat ini menyatakan dengan sebenar - benarnya bahwa data yang tertera diatas adalah sudah benar sesuai dengan ijazah pada pendidikan terakhir yang saya jalani. Maka dengan ini saya tidak akan melakukan penuntutan kepada UNPAB. Apabila ada kesalahan data pada ijazah saya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar - benarnya, tanpa ada paksaan dari pihak manapun dan dibuat dalam keadaan sadar. Jika terjadi kesalahan, Maka saya bersedia bertanggung jawab atas kelalaian saya.

dan, 17 November 2021
Membuat Pernyataan



JELITA RIA
1715100045

Hal : Permohonan Meja Hijau

Medan, 17 November 2021
 Kepada Yth : Bapak/Ibu Dekan
 Fakultas SOSIAL SAINS
 UNPAB Medan
 Di -
 Tempat

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : JELITA RIA
 Tempat/Tgl. Lahir : MARYKE / 2000-01-21
 Nama Orang Tua : SABARITA SITEPU
 N. P. M : 1715100045
 Fakultas : SOSIAL SAINS
 Program Studi : Akuntansi
 No. HP : 082369383066
 Alamat : Dusun Mbacang

Datang bermohon kepada Bapak/Ibu untuk dapat diterima mengikuti Ujian Meja Hijau dengan judul **Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi (Pada perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di BEI)**. Selanjutnya saya menyatakan :

1. Melampirkan KKM yang telah disahkan oleh Ka. Prodi dan Dekan
2. Tidak akan menuntut ujian perbaikan nilai mata kuliah untuk perbaikan indek prestasi (IP), dan mohon diterbitkan ijazahnya setelah lulus ujian meja hijau.
3. Telah tercap keterangan bebas pustaka
4. Terlampir surat keterangan bebas laboratorium
5. Terlampir pas photo untuk ijazah ukuran 4x6 = 5 lembar dan 3x4 = 5 lembar Hitam Putih
6. Terlampir foto copy STTB SLTA dilegalisir 1 (satu) lembar dan bagi mahasiswa yang lanjutan D3 ke S1 lampirkan ijazah dan transkripnya sebanyak 1 lembar.
7. Terlampir pelunasan kwintasi pembayaran uang kuliah berjalan dan wisuda sebanyak 1 lembar
8. Skripsi sudah dijilid lux 2 exemplar (1 untuk perpustakaan, 1 untuk mahasiswa) dan jilid kertas jeruk 5 exemplar untuk penguji (bentuk dan warna penjilidan diserahkan berdasarkan ketentuan fakultas yang berlaku) dan lembar persetujuan sudah di tandatangi dosen pembimbing, prodi dan dekan
9. Soft Copy Skripsi disimpan di CD sebanyak 2 disc (Sesuai dengan Judul Skripsinya)
10. Terlampir surat keterangan BKKOL (pada saat pengambilan ijazah)
11. Setelah menyelesaikan persyaratan point-point diatas berkas di masukan kedalam MAP
12. Bersedia melunaskan biaya-biaya yang dibebankan untuk memproses pelaksanaan ujian dimaksud, dengan perincian sbb :

1. [102] Ujian Meja Hijau	: Rp.	1,000,000
2. [170] Administrasi Wisuda	: Rp.	1,750,000
Total Biaya	: Rp.	2,750,000

Ukuran Toga :

M

Diketahui/Disetujui oleh :

Hormat saya



Dr. Onny Medaline, SH., M.Kn
 Dekan Fakultas SOSIAL SAINS



JELITA RIA
 1715100045

Catatan :

- 1. Surat permohonan ini sah dan berlaku bila ;
 - a. Telah dicap Bukti Pelunasan dari LIPT Perpustakaan UNPAB Medan.
 - b. Melampirkan Bukti Pembayaran Uang Kuliah aktif semester berjalan
- 2. Dibuat Rangkap 3 (tiga), untuk - Fakultas - untuk BPAA (asli) - Mhs.ybs.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek Indonesia (BEI). Variabel independen yang digunakan pada penelitian ini ialah nilai perusahaan, variabel dependen digunakan ialah *CSR* dan profitabilitas sebagai variabel moderasi. Teknik pengambilan data yang digunakan adalah dengan menganalisis laporan tahunan perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI selama 4 tahun dari tahun 2016-2019. Populasi pada penelitian ini berjumlah 51 perusahaan dan sampel 32 perusahaan dengan jumlah observasi sebanyak 128 sampel dan metode pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif dan menganalisis data menggunakan analisis linier uji parsial (uji t). Hasil pada penelitian ini adalah variabel independen *corporate social responsibility* (X) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Y) sedangkan profitabilitas (X_m) mampu memoderasi hubungan *CSR* dengan nilai perusahaan. Hasil uji determinasi (R^2) menunjukkan bahwa variabel bebas *CSR* terhadap nilai perusahaan dapat menunjukkan pengaruh sebesar 24 % dan sisanya 76% ditentukan dari variabel lain selain penelitian ini. Dan hasil uji determinasi setelah dimoderasi menunjukkan pengaruh sebesar 35,9%. 35,9% lebih besar daripada 24% yang menunjukkan bahwa dengan adanya ROA sebagai pemoderasi, hubungan *CSR* dan nilai perusahaan semakin meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa ROA mampu memoderasi hubungan antara *CSR* dengan nilai perusahaan.

Kata Kunci : CSR, Profitabilitas, Nilai Perusahaan

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of corporate social responsibility on firm value with profitability as a moderating variable in consumer goods industry companies listed on the Indonesian Stock Exchange (IDX). The independent variable used in this study is firm value, the dependent variable used is CSR and profitability as a moderating variable. The data collection technique used is to analyze the annual reports of consumer goods industry companies listed on the IDX for 4 years from 2016-2019. The population in this study amounted to 51 companies and a sample of 32 companies with the number of observations as many as 128 samples and the sampling method used purposive sampling technique. This study uses a quantitative method with an associative approach and analyzes the data using a linear analysis of the partial test (t test). The results of this study are the independent variable corporate social responsibility (X) has a positive effect on firm value (Y) while profitability (Xm) is able to moderate the relationship between CSR and firm value. The test results of determination (R^2) showed that the independent variables of CSR on firm value can show the effect of 24% and the remaining 76.% is determined by other variables besides the study. And the results of the determination test after being moderated showed an effect of 35.9%. 35.9% is greater than 24% which indicates that with ROA as moderating, the relationship between CSR and firm value is increasing. This shows that ROA is able to moderate the relationship between CSR and firm value.

Keywords : CSR, Profitability, Company Value

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Tuhan YME atas kasih dan karunianya yang selalu menyertai penulis dalam menyelesaikan skripsi ini guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar S1. Adapun judul yang penulis ajukan adalah “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi (Pada Perusahaan Industry Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di BEI)”.

Penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membimbing dan mendukung penulis selama proses pengerjaan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa dalam pembuatan proposal ini nantinya akan menghadapi banyak permasalahan dan kesulitan, yang disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang penulis miliki. Untuk ini, bantuan dan bimbingan dari semua pihak sangat penulis harapkan. Penulis juga ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. H Muhammad Isa Indrawan, SE., MM selaku Rektor Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
2. Ibu Dr. Onny Medaline, SH., M.Kn selaku Dekan Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi.
3. Ibu Dr. Oktarini Khamila Siregar, SE., M.Si selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi.
4. Bapak Drs Nadjib, Ak., MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing penulis dalam pembuatan skripsi.

5. Ibu Nur Aliah, SE., M.Si., Ak.,CA selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak membantu, memberikan saran dan memperbaiki sistematika penulisan dalam skripsi penulis.
6. Kepada Bapak dan Ibu Dosen khususnya pada Prodi Akuntansi Universitas Pembangunan Panca Budi yang sudah banyak mengajarkan dan memberikan ilmu kepada penulis.
7. Terspesial kepada kedua Orang tua saya Bapak Sabarita Sitepu dan Ibu Serasi br Sembiring yang sudah membesarkan saya dengan penuh cinta, kasih sayang, juga untuk kakak kandung saya terimakasih sudah mendoakan dan memberikan dukungan maupun materi kepada penulis.
8. Kepada sahabat yang selalu ada disamping saya kak Aslida, Bina dan Dinda terimakasih sudah menjadi suport sistem bagi penulis, dan juga buat kak Yosi dan teman-teman akuntansi tanpa terkecuali.
9. Kepada teman baik saya Pranata Sembiring terimakasih untuk suport dan dukungan kepada penulis.

Akhirnya penulis berharap semoga penelitian skripsi ini berguna bagi penulis dan pembaca. Semoga penulis dapat menyelesaikannya dengan baik, sesuai dengan arahan dari kampus dan tepat waktu.

Medan, Agustus 2021

Jelita Ria

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah Dan Batasan Masalah	7
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Dan Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Tujuan Penelitian	8
1.4.2. Manfaat Penelitian	8
1.5 Keaslian Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Landasan Teori	11
2.1.1. <i>Signalling Theory</i>	11
2.1.2. <i>Legitimacy Theory</i>	12
2.1.3. Nilai Perusahaan	13
2.1.4. <i>Corporate Social Responsibility</i>	15
2.1.5. Profitabilitas	22
2.2. Penelitian Terdahulu	24
2.3. Hubungan Antar Variabel	27
2.3.1. Pengaruh <i>CSR</i> Dengan Nilai Perusahaan	27
2.3.2. Pengaruh Profitabilitas Dengan Perusahaan	28
2.3.3. Pengaruh Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi Terhadap <i>CSR</i> Dengan Nilai Perusahaan	29
2.4. Kerangka Pemikiran	30
2.5. Hipotesis	30
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1. Pendekatan Penelitian	32
3.2. Tempat dan Waktu Penelitian	32
3.3. Defenisi Operasional Dan Pengukuran Variabel	33
3.4. Populasi dan Sampel	34
3.4.1. Populasi	34

3.4.2. Sampel	34
3.5. Teknik Pengumpulan Data	36
3.6. Teknik Analisis Data	36
3.6.1. Uji Asumsi Klasik	36
3.6.2. Uji Regresi Linier Sederhana.....	38
3.6.3. Uji Interaksi MRA	39
3.6.4. Uji Hipotesis	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1. Hasil Penelitian	41
4.2. Pembahasan Hasil Penelitian	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	60
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1. Skedul Proses Penelitian	32
Tabel 3.2. Defenisi Operasional	33
Tabel 3.3. Daftar Sampel Perusahaan	35
Tabel 3.4. Kriteria Autokorelasi Durbin-Watson	37
Tabel 4.1. Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	48
Tabel 4.2. Hasil Uji Normalitas Data	49
Tabel 4.3. Hasil Uji Normalitas Data Dalam Bentuk LN	50
Tabel 4.4. Hasil Uji Multikolinearitas	50
Tabel 4.5. Hasil Uji Autokorelasi	51
Tabel 4.6. Hasil Uji Regresi Linier	53
Tabel 4.7. Hasil Uji Regresi MRA	54
Tabel 4.8. Hasil Uji Koefisien Determinasi	55
Tabel 4.9. Hasil Uji Determinasi Setelah Dimoderasi	56
Tabel 4.10. Hasil Uji T (Parsial)	56
Tabel 4.11. Hasil Uji T (Parsial) Setelah Dimoderasi	57

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. <i>Triple Buttom Line</i>	4
Gambar 2.1. Katagori Perusahaan Profit Perusahaan Dan Anggaran <i>CSR</i>	17
Gambar 2.2. Katagori Perusahaan Berdasarkan Tujuan <i>CSR</i>	18
Gambar 2.3. Kerangka Pemikiran	30
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	52

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan persaingan bisnis di Indonesia semakin meluas dan mengalami peningkatan seiring dengan kemajuan zaman. Tujuan utama didirikannya suatu perusahaan ialah untuk memperoleh laba maksimum juga untuk meningkatkan kesejahteraan pemilik perusahaan. Namun pada kenyataannya kegiatan beroperasi yang dilakukan perusahaan sangat erat kaitannya dengan pemanfaatan sumber daya alam, permasalahan limbah dan polusi yang dihasilkan saat beroperasi. Oleh karena itu, perusahaan tidak hanya bertanggung jawab untuk kesejahteraan pemilik perusahaan saja melainkan harus bertanggung jawab terhadap kesejahteraan lingkungan juga masyarakat yang berada disekitar perusahaan beroperasi.

Untuk mengimbangi dampak yang ditimbulkan, perusahaan juga harus menjalankan sebuah tanggung jawab sosial dan peningkatan kesejahteraan sosial. Sehingga perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada pemiliknya tapi juga memiliki rasa tanggung jawab kepada pihak-pihak yang berada di sekitar perusahaan. Karena semakin berkembangnya suatu perusahaan maka tingkat eksploitasinya terhadap sumber-sumber yang ada di alam juga akan semakin meningkat bahkan tidak terkendali yang dapat mengakibatkan kerusakan lingkungan.

Selain perusahaan tambang, perusahaan industri juga memberi dampak berupa polusi baik air, tanah, udara, maupun suara pada saat atau setelah proses produksi berjalan. Polusi juga dapat ditemukan dari limbah yang tidak dikelola

dengan baik tentu saja hal ini dapat mengganggu kenyamanan dan keamanan lingkungan sekitar.

Contoh kasus pencemaran lingkungan yang dilakukan perusahaan industri barang konsumsi adalah kasus yang terjadi Desember 2017 pada PT Sekar Laut Tbk. Pencemaran limbah yang dibuang ke sungai membuat ratusan warga yang tergabung dalam Gerakan anak Sidoarjo Setia (Ganass) memprotes pencemaran limbah yang dilakukan PT Sekar Laut Tbk, massa juga menutup saluran dengan semen menggunakan satu unit truk molen. Hal ini dilakukan karena warga tidak tahan dengan bau tidak sedap dari limbah yang mengganggu warga sejak puluhan tahun lalu (detiknews.com)

Kasus pencemaran lingkungan juga terjadi pada PT Unilever Indonesia Tbk. Perusahaan ini bergerak dalam bidang produksi makanan dan kebutuhan rumah tangga yaitu produksi sabun, margarin, minyak sayur, detergen, susu, es krim, makanan dan minuman dari teh dan produk-produk kosmetik. Pada tahun 2008 beberapa pemasok PT Unilever yang berkontribusi di Kalimantan melakukan perusakan hutan untuk pemekaran lahan kelapa sawit. Oleh karena itu *Greenpeace* meminta agar pihak Unilever lebih memperhatikan perusahaan pemasoknya dan pihak organisasi pemerhati lingkungan juga mendesak agar pihak Unilever menghentikan kerjasama dengan pemasok yang merusak hutan (kompas.com).

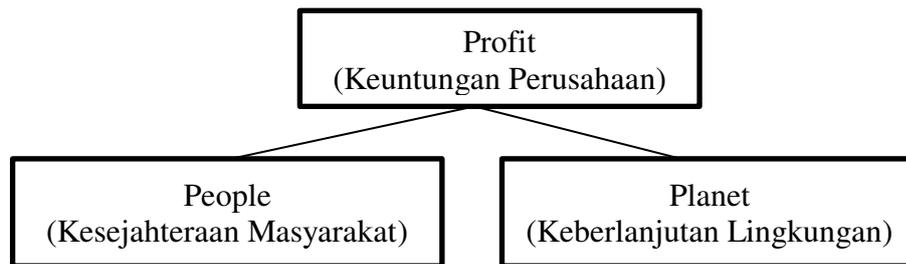
Permasalahan lingkungan terjadi semakin bertambah dari tahun ke tahun, hal ini disebabkan oleh aktivitas produksi yang dilakukan perusahaan. Pencemaran lingkungan yang disebabkan perusahaan menimbulkan permasalahan lingkungan, oleh sebab itu perusahaan wajib bertanggung jawab atas dampak yang

ditimbulkan kepada masyarakat dan lingkungan yang ada disekitar perusahaan beroperasi.

Karena permasalahan tersebut perusahaan mulai menyadari dan mulai melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungannya. Karena dampak negatif dari hadirnya perusahaan bukan hal yang pantas dipandang sebelah mata, maka dengan adanya kegiatan *Corporate Social Responsibility* diharapkan perusahaan dapat memberikan *feedback* terhadap masyarakat sebagai etika dalam berbisnis. Maksudnya, bahwa perusahaan tidak hanya berkewajiban terhadap pemilik perusahaan saja namun juga terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar.

Kepedulian dunia usaha untuk menyisihkan dana untuk aktifitas *CSR* secara berkelanjutan akan mendapat sejumlah manfaat bagi dunia bisnis itu sendiri. *CSR* dapat digunakan sebagai alat marketing baru bila pelaksanaannya sesuai dengan visi dan misi perusahaan dan dilaksanakan secara berkelanjutan, maka citra perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen makin tinggi (Wijayanti 2012).

Ditegaskan Elkington, (1997) bahwa *Corporate Social Responsibility* dikemas dalam tiga fokus yang disingkat 3P yaitu singkatan dari *profit*, *planet*, dan *people*. Yang menjabarkan perusahaan yang baik tidak hanya mengedepankan keuntungan (*profit*) tetapi juga harus memiliki rasa kepedulian terhadap lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*).



Gambar 1.1. Triple Bottom Line

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa *profit* merupakan orientasi yang utama dikejar oleh perusahaan untuk mendapatkan ekonomi agar usaha mereka dapat terus beroperasi dan berkembang. Kemudian *people* diartikan perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan disekitar tempat mereka beroperasi. Beragam model telah dijalankan pihak perusahaan dalam memberikan dana *CSR* sebagai contoh pemberian beasiswa bagi pelajar di sekitar perusahaan, mendirikan sarana pendidikan dan sarana kesehatan, meningkatkan ekonomi lokal dan sebagainya. Sedangkan *planet* dimaksudkan sebagai bentuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungan hidup. Pembangunan berkelanjutan diharapkan menjadi pandangan bagi tiap perusahaan sehingga dalam kegiatan usahanya tidak berdampak merugikan bagi lingkungan. Berbagai kegiatan *CSR* yang bisa dilaksanakan antara lain ialah melakukan penanaman pohon, pengolahan limbah berbahaya sebelum dibuang, pembersihan lingkungan di sekitar perusahaan dan masih banyak lagi.

Di Indonesia wacana mengenai kesadaran akan pentingnya 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 tanggungjawab sosial dan lingkungan.

Perusahaan patut menganggap *CSR* sebagai strategi jangka panjang yang menguntungkan, bukan sebagai kegiatan yang merugikan. Selain itu, semakin banyak wujud pertanggungjawaban yang dilaksanakan perusahaan terhadap lingkungan maka *image* perusahaan dimata masyarakat akan meningkat dan citra perusahaan menjadi baik. Citra atau reputasi perusahaan yang baik akan mendorong para investor untuk menanamkan modalnya yang akan mengarah pada peningkatan harga saham. Nilai perusahaan tercermin dari harga sahamnya.

Nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar, karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran bagi pemegang saham secara maksimal apabila harga saham perusahaan meningkat. Nilai perusahaan dalam penelitian ini dihitung dengan *Price to Book Value (PBV)*. *PBV* dihitung dengan melihat harga pasar per saham dibagi dengan nilai buku per saham. *Price to Book Value (PBV)* menggambarkan seberapa besar pasar memberi harga nilai buku saham suatu perusahaan. Semakin tinggi *PBV* maka semakin tinggi prospek perusahaan tersebut (Wijaya, 2017).

Profitabilitas digunakan sebagai variabel moderasi dalam penelitian ini karena profitabilitas merupakan salah satu alat ukur perusahaan untuk menentukan keefektifan kinerja perusahaan, alasan lain karena profitabilitas merupakan tolak ukur keuntungan bersih yang mampu diraih oleh perusahaan pada saat menjalankan operasinya.

Penelitian Agustina (2013), berbagai aspek keuangan di dalam perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, salah satunya

adalah rasio profitabilitas. 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.

Dalam penelitian ini profitabilitas diproksikan melalui *Return On Asset* (ROA) sebagai ukuran profitabilitas perusahaan. Menurut Brigham dan Houston (2010), ROA adalah rasio laba bersih setelah pajak terhadap total aset. Rasio ini mengukur tingkat pengembalian atas investasi bagi para pemegang saham. Dari definisi ROA 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 ROA semakin baik juga kedudukan pemilik perusahaan, sehingga menyebabkan baiknya penilaian investor terhadap perusahaan yang dapat meningkatkan harga saham dan nilai perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah *CSR* berpengaruh terhadap nilai perusahaan serta apakah profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara *CSR* terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2016-2019. Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi (Pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2019)”.

1.2. Identifikasi Masalah dan Batasan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

Permasalahan yang teridentifikasi antara lain :

1. Eksploitasi besar-besaran yang dilakukan perusahaan menimbulkan kerusakan lingkungan, demi memperoleh keuntungan maksimal pemilik perusahaan.
2. Banyak kasus ketidakpuasan masyarakat atas tanggung jawab perusahaan menangani dampak yang ditimbulkan oleh aktifitas perusahaan.
3. Anggapan bahwa CSR hanya akan membebani keuangan perusahaan, dan tidak bermanfaat untuk meningkatkan nilai perusahaan.
4. CSR dilakukan hanya untuk memperbaiki image perusahaan dimata publik.

1.2.2. Batasan Masalah

Untuk tidak memperluas bahasan penulis perlu melakukan batasan masalah agar pembahasan isi proposal ini tidak meluas dan menyimpang. Penelitian ini melihat pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan yaitu PBV dengan Profitabilitas yaitu ROA sebagai variabel moderasi pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI untuk tahun berjalan 2016 – 2019.

1.3. Rumusan Masalah

Dengan mengamati latar belakang dan identifikasi masalah diatas, penelitian ini akan menguji variabel-variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan. Maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah pengungkapan *CSR* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah profitabilitas mampu memoderasi hubungan *CSR* dengan nilai perusahaan?

1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian yang penulis lakukan pada penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *CSR* terhadap nilai Perusahaan.
2. Untuk mengetahui Profitabilitas mampu memoderasi hubungan *CSR* dengan nilai perusahaan.

1.4.2. Manfaat Penelitian

Diharapkan dari penelitian yang dilakukan dapat memberikan manfaat baik dari aspek Teoritis maupun aspek praktis, terutama dapat memberi manfaat kepada:

a. Bagi Individu

Dapat memberikan manfaat dalam mengembangkan ilmu, dan menambah wawasan dalam bidang ilmu akuntansi. Juga diharapkan dapat menjadi referensi atau bahan wacana di bidang keuangan sehingga dapat bermanfaat untuk penelitian selanjutnya mengenai *CSR* dan nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai pemoderasi.

b. Bagi Akademis

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat dalam ilmu Akuntansi dan pengembangan teori, yang berkaitan dengan pengaruh penerapan *Corporate Social Responsibility* dan Profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

c. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat menjadi acuan mengenai pentingnya penerapan tanggung jawab sosial perusahaan juga sebagai bahan pertimbangan dalam mengaplikasikan variabel dalam meningkatkan nilai perusahaan serta sebagai bahan pertimbangan untuk mengevaluasi, memperbaiki dan meningkatkan kinerja manajemen pada masa yang akan datang.

d. Bagi Investor

Diharapkan dapat menjadi informasi dalam mempertimbangkan aspek-aspek yang menjadi pertimbangan sebelum berinvestasi.

1.5. Keaslian Penelitian

Penelitian terdahulu yang penulis ambil sebagai rujukan dalam menyusun proposal penelitian ini berasal dari penelitian Wahyuning Ambar Setianingrum (2015) dari Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang yang berjudul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi (Study pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2013)” yang membedakan penelitian terdahulu dengan penulis ini adalah sebagai berikut :

1. Objek Penelitian

Penelitian terdahulu mengambil objek penelitian di BEI pada sektor manufaktur sedangkan penelitian ini mengambil objek penelitian pada sub sektor industri barang konsumsi.

2. Data Penelitian

Penelitian terdahulu menggunakan data keuangan perusahaan tahun 2011-2013, sedangkan penelitian ini menggunakan data keuangan 2016-2019.

3. Tahun Penelitian

Penelitian terdahulu dilakukan pada tahun 2015 sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2021.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. *Signalling Theory*

Teori signal memberikan gambaran bahwa signal merupakan suatu tindakan yang diambil oleh manajemen perusahaan dalam memberikan petunjuk kepada pihak luar perusahaan yang memiliki kepentingan dengan informasi tertentu. Informasi tersebut dapat berupa laporan keuangan, informasi kebijakan perusahaan maupun informasi lain yang dilakukan oleh manajemen perusahaan. Signal dapat berupa informasi atau promosi yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik dari perusahaan lain.

Teori ini bertujuan agar para investor dapat membedakan antara perusahaan yang memiliki nilai tanggung jawab yang tinggi dengan perusahaan yang memiliki nilai tanggung jawab yang rendah. Brigham dan Houston (2014) mengatakan fokus utama teori sinyal menginformasikan tindakan apa saja yang dilakukan oleh pihak internal perusahaan yang tidak bisa diamati langsung oleh pihak luar perusahaan.

Informasi sangat penting bagi para pelaku bisnis dan investor, informasi yang akurat, lengkap dan tepat waktu sangat dibutuhkan mereka sebagai alat ukur dalam mengambil keputusan berinvestasi. Apabila informasi tersebut mengandung nilai positif maka diharapkan dapat diterima baik oleh pasar. Reaksi pasar ditunjukkan dengan adanya perubahan harga saham pada waktu diumumkannya informasi tersebut dan semua pelaku pasar menganalisis informasi itu apakah sebagai signal baik

atau sebagai signal buruk. Apabila pengumuman tersebut merupakan signal baik bagi investor maka akan terjadi perubahan kenaikan harga saham begitu pun sebaliknya.

2.1.2. *Legitimacy Theory*

Teori legitimasi ialah sistem pengelolaan perusahaan yang berpihak terhadap pemerintah, lingkungan, individu dan masyarakat. Teori legitimasi didasarkan pada adanya hubungan sosial antara perusahaan dengan masyarakat yang memiliki tujuan yang sesuai dengan nilai yang ada didalam masyarakat. Pada teori ini, tindakan sebuah perusahaan harus mempunyai aktivitas dan kinerja yang dapat diterima oleh masyarakat sekitar perusahaan.

Teori legitimasi menjelaskan bahwa pengungkapan *CSR* dilakukan perusahaan agar memperoleh legitimasi dari masyarakat disekitar perusahaan. Legitimasi dapat menghindarkan perusahaan dari hal-hal yang tidak diinginkan, juga dapat meningkatkan nilai perusahaan tersebut. Untuk memperoleh legitimasi dari masyarakat, perusahaan harus melakukan aktivitas pertanggung jawaban sosial.

Dalam teori legitimasi disimpulkan bahwa perusahaan wajib menyesuaikan diri dengan lingkungan dan masyarakat disekitar perusahaan. Penyesuaian ini dilakukan dengan melakukan kegiatan operasional perusahaan sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku dalam masyarakat serta usaha dalam memenuhi kebutuhan masyarakat atau pembangunan kesejahteraan kehidupan lingkungan tempat perusahaan beroperasi. Bentuk penyesuaian yang dilakukan perusahaan ialah dengan melaksanakan

kegiatan *CSR*. Program *CSR* dilakukan perusahaan dalam mengayomi lingkungan sekitar sebagai bentuk kepedulian perusahaan. Selain merupakan suatu kewajiban, *CSR* juga memberikan manfaat positif bagi perusahaan, yaitu sebagai sarana mengambil simpati masyarakat dan sebagai media promosi, disamping pembangunan kesejahteraan dan sosial masyarakat sebagai tujuan utama. Dengan kata lain, semakin banyak perusahaan menjalankan kegiatan *CSR* nya maka semakin kecil kemungkinan perusahaan itu mengalami kerugian.

Dengan Perusahaan menerapkan pengungkapan *CSR* diharapkan bisa mendapatkan legitimasi dari masyarakat juga dapat memaksimalkan keuntungan dalam jangka panjang. Dengan diungkapkannya *CSR* pada laporan tahunan, perusahaan berharap dapat mempertahankan, membangun dan melegitimasi kegiatan perusahaan dalam sisi politis dan ekonomi.

2.1.3. Nilai Perusahaan

Nilai Perusahaan memiliki peran penting bagi perusahaan, karena dapat menumbuhkan keyakinan bagi pengguna informasi, investor dan masyarakat yang berkepentingan. Nilai perusahaan menggambarkan perusahaan dalam keadaan baik begitupun sebaliknya, karena apabila suatu perusahaan memiliki nilai yang tinggi akan meningkatkan kemakmuran bagi para pemegang sahamnya. Untuk mencapai nilai perusahaan yang maksimal pada umumnya para investor mempercayakan pengelolaannya pada orang yang telah profesional dan akan diposisikan sebagai manager ataupun komisaris.

Nilai perusahaan dapat diukur dengan harga saham menggunakan rasio penilaian. Menurut Sudana (2011:23), rasio penilaian merupakan rasio yang berkaitan dengan penilaian kinerja harga saham perusahaan yang diperdagangkan di pasar modal (*go public*).

Rasio penilaian memberikan informasi mengenai seberapa besar masyarakat menghargai perusahaan yang menyebabkan perusahaan tertarik untuk membeli saham dengan harga yang lebih tinggi dari nilai bukunya. Beberapa metode yang digunakan dalam mengukur nilai perusahaan ialah :

a. *Price To Book Value (PBV)*

Price to book value (PBV) adalah rasio yang menunjukkan apakah harga saham yang dijual di atas atau di bawah nilai buku pada suatu perusahaan. PBV menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan, karena semakin tinggi rasio PBV maka pasar akan percaya mengenai prospek perusahaan tersebut. PBV juga menunjukkan seberapa jauh perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan yang relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan.

Bagi perusahaan yang masih berjalan dengan baik, biasanya rasio ini mencapai di atas satu yang menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya. Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur *price to book value (PBV)* ialah :

$$PBV = \frac{\text{Market Price Per Share}}{\text{Book Value Per Share}}$$

Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba menjadi tolak ukur kinerja suatu perusahaan. Laba merupakan gambaran dalam menentukan

nilai perusahaan, karena prestasi perusahaan dilihat dari kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh laba. Selain dilihat dari kinerja keuangan, nilai perusahaan juga dapat ditingkatkan dengan menerapkan kegiatan pendukung yang berkaitan pada hubungan timbal balik antara perusahaan dengan masyarakat salah satunya dengan menerapkan kegiatan tanggung jawab sosial yang dijalankan perusahaan.

Suardikha, (2016) mengatakan nilai perusahaan ialah pandangan investor menilai tingkat keberhasilan suatu perusahaan dalam mengelola sumberdaya perusahaan. Nilai perusahaan merupakan kondisi pencapaian suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui proses kegiatan sejak awal perusahaan didirikan sampai saat ini.

Karena apabila permintaan saham mengalami peningkatan, maka nilai perusahaan juga akan semakin meningkat. Keadaan ini juga memicu bahwa pasar tidak hanya percaya kepada kinerja perusahaan yang ada saat ini tetapi juga percaya pada keberlangsungan peningkatan perusahaan dimasa yang akan datang (Herdiyanti, 2012).

2.1.4. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Corporate Social Responsibility sejak Howard R Bowen menerbitkan bukunya yang berjudul *Social Responsibility Of The Businessman* dalam acara dirkurs resmi akademik tahun 1953. Kewajiban perusahaan dalam menjalankan usahanya harus sejalan dengan tujuan dan nilai yang akan dicapai masyarakat disekitar tempat perusahaan beroperasi, ide dasar *CSR* ini dikemukakan oleh Bowen.

2.1.4.1. Defenisi *Corporate Social Responsibility* (CSR)

The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) dalam penelitian (Ria Rezika Yudhiana, 2016) *Corporate Social Responsibility* didefenisikan sebagai komitmen perusahaan dalam memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, dengan bekerjasama dengan keluarga, komunitas setempat, para karyawan serta perwakilan mereka maupun masyarakat umum dalam upaya meningkatkan kualitas hidup dengan cara melakukan kegiatan yang baik bagi bisnis mereka sendiri maupun bagi pembangunan.

Berkaitan dengan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan, maka perusahaan dapat dikelompokkan ke dalam beberapa katagori, walaupun cenderung menyederhanakan kenyataan, kegiatan ini dapat menggambarkan kemampuan perusahaan serta komitmennya dalam menjalankan *CSR*. Pengkatagorian ini dapat memberikan motivasi kepada perusahaan agar mengembangkan lagi kegiatan *CSR* nya juga dapat dijadikan cerminan dalam menentukan model *CSR* yang tepat untuk perusahaannya (Suharto, 2007).

Dengan menggunakan dua pendekatan, sedikitnya ada delapan katagori perusahaan antara lain. perusahaan yang ideal biasanya memiliki katagori reformis dan progresif. Dalam katagori ini pada kenyataannya bisa saja saling bertautan.

1. Berdasarkan Keseimbangan Keuntungan Perusahaan Dan Besarnya Anggaran *CSR*.

- Perusahaan Ekonomis yaitu perusahaan yang memiliki keuntungan yang tinggi namun anggaran *CSR* rendah, dalam katagori ini termasuk kedalam perusahaan besar namun pelit.
- Perusahaan Minimalis, ialah perusahaan yang memiliki keuntungan dan anggaran *CSR* yang rendah, termasuk kedalam katagori perusahaan kecil dan lemah.
- Perusahaan Reformis ialah perusahaan yang memiliki profit dan anggaran *CSR* yang tinggi, termasuk kedalam perusahaan yang maju, karena menganggap *CSR* bukan sebagai beban melainkan sebagai peluang.
- Perusahaan Humanis ialah perusahaan yang memiliki profit yang rendah namun anggaran *CSR* nya relatif tinggi termasuk kedalam perusahaan yang baik hati dan dermawan.



Gambar 2.1.
Katagori Perusahaan, Profit Perusahaan Dan Anggaran CSR Nya

2. Berdasarkan Tujuan *CSR* apakah untuk Promosi atau Pemberdayaan Masyarakat.

- Perusahaan Impresif ialah perusahaan lebih mengutamakan *CSR* untuk promosi daripada pemberdayaan, termasuk kedalam perusahaan yang lebih mementingkan ”tebar pesona” daripada ”tebar karya”.
- Perusahaan Pasif ialah perusahaan yang menerapkan kegiatan *CSR* tanpa tujuan yang jelas, bukan untuk pemberdayaan maupun promosi. Karena menganggap kegiatan promosi dan *CSR* kurang bermanfaat bagi perusahaannya.
- Perusahaan Progresif ialah perusahaan yang menerapkan *CSR* sebagai kegiatan promosi dan pemberdayaan. Karena menganggap kegiatan ini bermanfaat dalam menunjang kegiatan satu sama lain demi kemajuan perusahaan.
- Perusahaan Agresif ialah perusahaan yang menunjukan *CSR* sebagai pemberdayaan daripada promosi dan lebih mementingkan karya nyata daripada tebar pesona.



Gambar 2.2. Katagori Perusahaan Berdasarkan Tujuan CSR

2.1.4.2. Manfaat *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Menurut Indrawan (2011), dalam melaksanakan kegiatan *CSR*, perusahaan perlu memperhatikan tiga hal yaitu :

1. Keuntungan (*Profit*)

Dengan memperoleh Keuntungan, perusahaan akan membagikan deviden kepada para pemegang saham, membayar pajak, dan mengalokasikan sebagian laba untuk biaya pertumbuhan dan perkembangan usaha dimasa yang akan datang.

2. Masyarakat (*People*)

Memberikan perhatian kepada masyarakat khususnya yang berada disekitar perusahaan, dapat dilakukan dengan melakukan kegiatan atau membuat kebijakan yang tepat yang dapat meningkatkan kompetensi sesuai dengan bidang yang dimiliki, contohnya mendirikan sarana pendidikan, menyediakan sarana kesehatan dan memberikan beasiswa kepada para pelajar yang berada disekitar perusahaan dan mewadahi perekonomian lokal.

3. Lingkungan (*Planet*)

Selain memperhatikan lingkungan sekitar, perusahaan juga dapat ikut serta berpartisipasi dalam usaha pelestarian lingkungan agar kualitas hidup manusia dapat terpelihara dalam waktu jangka panjang, juga dapat mengambil bagian dalam kegiatan manajemen bencana. Manajemen bencana yang dimaksud tidak hanya sekedar memberikan uang atau bantuan kepada korban bencana, melainkan ikut serta dalam usaha mencegah terjadinya bencana dan

meminimalisir dampak bencana melalui kegiatan pelestarian lingkungan.

2.1.4.3. Pengukuran *Corporate Social Responsibility*

Corporate social responsibility diproksikan kedalam pengungkapan kegiatan sosial yang dilakukan perusahaan. Pada penelitian ini menggunakan checklist berdasarkan *Global Reporting Initiative (GRI) G.4* yang berjumlah 91 item indikator yang didalamnya terdiri dari 3 katagori yaitu ekonomi dengan (9 indikator), lingkungan dengan (34 indikator), dan sosial dengan (38 indikator).

Pengukuran dilakukan dengan cara mencocokkan item indikator GRI dengan kegiatan *CSR* yang diungkapkan perusahaan. Apabila terdapat item indikator GRI pada kegiatan *CSR* yang dilakukan perusahaan maka diberikan nilai 1, jika item indikator GRI tidak ada diungkapkan maka diberikan nilai 0. Setelah mengidentifikasi item yang diungkapkan perusahaan dalam laporan tahunan/*annual report* serta mencocokkannya dengan item indikator GRI lalu dijumlahkan. Hasil pengungkapan item yang diperoleh dari setiap perusahaan dihitung indeksnya dengan proksi *CSRI (Corporate Social Responsibility Indeks)*. Adapun rumus untuk menghitung *CSRI* yaitu:

$$CSRI_i = \frac{\sum X_{yi}}{n_i}$$

Keterangan :

$CSRI_i$: indeks luas pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan i .

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

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

Dengan menjalankan *CSR*, diharapkan Perusahaan tidak hanya memikirkan keuntungan jangka pendek saja, namun turut berkontribusi guna meningkatkan kesejahteraan serta kualitas hidup lingkungan masyarakat sekitar hingga masa mendatang.

Penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada suatu Perusahaan, memiliki banyak benefit yang akan diterima oleh perusahaan itu sendiri antara lain :

- a. Memperbaiki hubungan dengan para *stakeholder*.
- b. Mempererat hubungan dengan masyarakat sekitar.
- c. Memperbaiki citra perusahaan.
- d. Meningkatkan keyakinan investor terhadap perusahaan dalam berinvestasi.
- e. Melindungi perusahaan dari tuntutan hukum.
- f. Produk perusahaan semakin diminati masyarakat

2.1.4.4. Prinsip – Prinsip *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Hadi, (2011) mengatakan berkaitan dengan prinsip-prinsip tanggung jawab sosial perusahaan maka dikategorikan kedalam tiga bagian yaitu :

- a. *Sustainability*, berkaitan dengan aktivitas yang dilaksanakan pemerintah juga harus memperhitungkan keberlanjutan sumber daya

dimasa yang akan datang. *Sustainability* bertanggung jawab mengupayakan bagaimana agar sumber daya tetap terpenuhi hingga masa yang akan mendatang.

b. *Accountability*, ialah upaya perusahaan dalam bertanggung jawab dan terbuka atas kegiatan yang telah dilaksanakan. Prinsip ini menjelaskan kuantitas aktivitas terhadap pihak eksternal dan internal perusahaan. Akuntabilitas juga dijadikan sebagai media bagi perusahaan dalam membangun *image* dan jaringan terhadap pihak yang berkepentingan.

c. *Transparency*, ialah prinsip yang sangat penting bagi pihak eksternal karena berkaitan dengan pelaporan aktivitas yang dilaksanakan oleh perusahaan juga dampaknya terhadap pihak eksternal. Transparansi juga berperan untuk mengurangi asimetri informasi, kesalah pahaman informasi dan pertanggungjawaban atas berbagai dampak bagi lingkungan.

2.1.5. Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan, semakin besar tingkat profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mampu menghasilkan laba yang cukup besar, sehingga perusahaan tersebut mampu meningkatkan aktivitas tanggung jawab sosialnya dalam laporan tahunan dengan lebih luas (Rosiana et al, 2013). Profitabilitas penting bagi perusahaan tidak hanya untuk mempertahankan pertumbuhan bisnisnya tetapi juga untuk meningkatkan kondisi keuangan perusahaannya.

Menurut Nofrita (2013) Profitabilitas merupakan ukuran perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan dalam suatu periode akuntansi. Tujuan investor menanamkan saham pada perusahaan adalah untuk memperoleh keuntungan. Semakin tinggi perusahaan dalam menghasilkan laba maka semakin besar *return* yang diperoleh investor, sehingga hal ini menjadikan nilai perusahaan lebih baik.

Ada beberapa cara menganalisis kinerja keuangan. Pada penelitian ini analisis yang digunakan dalam mengukur kinerja keuangan adalah analisis rasio keuangan. Penelitian ini memproksikan rasio Profitabilitas dengan *Return On Asset* (ROA) sebagai indikatornya. Rasio Profitabilitas digunakan dalam mengukur kemampuan aktiva/modal perusahaan dalam menghasilkan laba bagi perusahaan *Return On Asset* (ROA) Adalah rasio yang digunakan sebagai pengukur keseluruhan efektivitas perusahaan melalui aktiva yang tersedia untuk memperoleh laba dan untuk menghasilkan laba dari semua total dana yang di investasikan dalam satu periode tertentu. Rumus *Return On Asset* adalah :

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

Penjelasan rumus diatas adalah seberapa banyak keuntungan yang dimiliki perusahaan dalam satu periode akuntansi. Ideal angka rasio ini adalah semakin besar angka pencapaian rasio yg dihasilkan menunjukkan tingkat keberhasilan perusahaan dengan menggunakan aktiva untuk membukukan laba bagi perusahaan semakin baik.

Menurut Kamil dan Herusetya (2012) dalam Rosiana dkk (2013) berpendapat bahwa semakin tinggi tingkat Profitabilitas suatu perusahaan

menunjukkan bahwa perusahaan itu mampu menghasilkan laba yang semakin tinggi, sehingga perusahaan tersebut dapat meningkatkan aktivitas dan pengungkapan tanggung jawab sosialnya dalam laporan tahunan yang lebih luas. Menurut Nurwahidah, (2015) Profitabilitas merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pengungkapan *CSR*. Roberts & Gray (1995) mengatakan perusahaan yang memperoleh profitabilitas yang tinggi harus mengungkapkan *CSR* lebih banyak pula. Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan *CSR*.

2.2. Penelitian Terdahulu

Banyak penelitian terdahulu yang telah mengangkat judul mengenai *CSR* baik di Indonesia maupun di negara lain. Saat ini *CSR* sedang menjadi perhatian bagi perusahaan karena berkaitan dengan profitabilitas dan nilai perusahaan, sehingga banyak perusahaan yang mulai melaksanakan dan mengembangkan kegiatan *CSR* ini.

Agar penulisan dan penelitian ini lebih terarah maka penulis mengangkat rujukan dari beberapa penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan penelitian ini. Dengan demikian penulis dapat membandingkan penelitian-penelitian yang telah dilakukan beberapa peneliti sebelumnya. Beberapa penelitian sebelumnya yang menjadi rujukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 2.1.
Penelitian Terdahulu

No	Penelitian/ Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Wahyuning Ambar Setianingrum	Pengaruh <i>CSR</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan	Variabel independen : <i>CSR</i>	<i>CSR</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

	/ 2016	Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi (studi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2011-2013)	Variabel dependen : Nilai Perusahaan Variabel Moderasi : Profitabilitas	Profitabilitas yang diproksikan ROE berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas sebagai variabel moderasi mampu memoderasi/ memperkuat hubungan CSR dengan Nilai Perusahaan.
2	Ria Rezika Yudhiana/ 2016	Pengaruh Arus Kas Dan Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Harga Saham Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di BEI Periode 2010-2014	Variabel independen : -Arus Kas -CSR Variabel dependen : Harga Saham	Arus kas tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham. CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap harga saham. Harga saham tidak dipengaruhi secara simultan oleh arus kas dan CSR.
3	Bayu Suryonugroho/ 2016	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kepemilikan Instutisional, Kepemilikan Manajemen Dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating	Variabel independen : CSR Variabel dependen : Nilai Perusahaan Variabel moderasi : -Kepemilikan Instutisional -Kepemilikan Manajemen -Ukuran Perusahaan	CSR memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Kepemilikan CSR terhadap nilai instutisional tidak mampu memoderasi hubungan CSR terhadap nilai perusahaan. Kepemilikan manajemen tidak mampu memoderasi hubungan CSR terhadap nilai

				perusahaan. Ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi hubungan CSR terhadap nilai perusahaan.
4	Rimba Kusumadilaga/ 2016	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Prositabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang terdaftar di BEI)	Variabel independen : CSR Variabel dependen : Nilai Perusahaan Variabel Moderasi : Profitabilitas	CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas tidak dapat memoderasi hubungan pengungkapan CSR dan Nilai perusahaan.
5	Nur Azizah Pratiwi/ 2016	Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Dengan Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel Moderating (Study Empiris Perusahaan Manufaktur BEI Sektor Industri barang konsumsi tahun 2012-2014)	Variabel independen : CSR Variabel dependen : Kinerja Keuangan Variabel moderasi : Kepemilikan Manajemen	CSR secara simultan berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan. Kepemilikan manajemen tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan. CSR tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan dengan kepemilikan manajemen sebagai variabel moderating.

2.3. Hubungan Antar Variabel

2.3.1 Pengaruh CSR Dengan Nilai Perusahaan

Menurut Ance dan Drs I Gede (2017) Tujuan utama suatu perusahaan ialah meningkatkan nilai perusahaannya. Nilai perusahaan akan berkelanjutan (*Sustainable*) apabila perusahaan tersebut lebih memperhatikan pertumbuhan ekonominya, sosial, dan lingkungan karena keberlanjutan suatu perusahaan dinilai dari keseimbangan kepentingan ekonomi dengan lingkungan dan masyarakat. Penerapan CSR yang dilakukan perusahaan merupakan bentuk pertanggungjawaban dan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan di sekitar perusahaan.

Menurut Kusmiyanti, (2016) nilai perusahaan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor keuangan saja tapi juga dipengaruhi oleh faktor non keuangan. Faktor keuangan contohnya seperti profitabilitas, dan faktor non keuangan yang dapat mempengaruhi perusahaan salah satunya ialah kegiatan *corporate social responsibility*.

Dengan pelaksanaan CSR banyak benefit yang diperoleh perusahaan, misalnya minat konsumen terhadap produk yang diproduksi akan semakin meningkat, reputasi perusahaan akan baik dimata masyarakat, lingkungan disekitar perusahaan akan semakin terjaga, loyalitas karyawan akan meningkat, yang artinya melaksanakan tanggung jawab sosial tersebut memberikan peningkatan terhadap suatu perusahaan sehingga perusahaan tersebut juga akan semakin diminati oleh para investor.

2.3.2. Pengaruh Profitabilitas Dengan Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan bagian dari finansial yang mempengaruhi nilai perusahaan. Profitabilitas menunjukkan tingkat keuntungan bersih yang mampu dicapai oleh suatu perusahaan dalam menjalankan usahanya. Para Investor menanamkan saham pada perusahaan karena menginginkan keuntungan dari investasi yang ditanamkannya, keuntungan itu diperoleh dari keuntungan setelah pajak dan bunga. Apabila keuntungan suatu perusahaan semakin meningkat, maka semakin besar juga kemampuan perusahaan membayarkan devidennya, sehingga dapat mempengaruhi investor untuk berinvestasi di perusahaan tersebut, (Irvan Deriyaso 2014).

Profitabilitas dapat dihitung menggunakan *Return On Asset* (ROA). Menurut Analisa (2011) tingkat pengembalian investasi pemegang saham tercermin dalam hasil ROA. Profitabilitas yang tinggi menggambarkan pencapaian perusahaan yang semakin meningkat dalam menghasilkan keuntungan bagi para pemegang saham, hal ini akan menarik minat Investor dalam menanamkan Saham pada perusahaan tersebut.

Meningkatnya minat investor dalam menanamkan saham pada suatu perusahaan dengan ROA yang tinggi akan meningkatkan harga saham, maka akan terbentuk hubungan yang positif antara Profitabilitas dengan harga saham dimana dengan meningkatnya harga saham akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2.3.3. Pengaruh Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi Terhadap *Corporate Social Responsibility* Dengan Nilai Perusahaan

Salah satu variabel yang mempengaruhi hubungan *CSR* dengan nilai perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas digunakan sebagai variabel moderasi dalam penelitian ini, karena meningkatnya pengungkapan *CSR* pada perusahaan dipengaruhi oleh laba yang tinggi sehingga nilai perusahaan juga akan mengalami peningkatan.

Karena profitabilitas merupakan tolak ukur perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan perusahaan pada suatu periode akuntansi. Profitabilitas juga digunakan sebagai pertimbangan investor dalam menanamkan saham pada suatu perusahaan, karena semakin besar deviden pada suatu perusahaan maka akan semakin hemat biaya modalnya, disisi lain power manajer juga akan semakin meningkat bahkan dapat meningkatkan kepemilikan karena penerimaan deviden yang semakin meningkat. Pencapaian profit yang tinggi dapat menarik minat investor dalam berinvestasi.

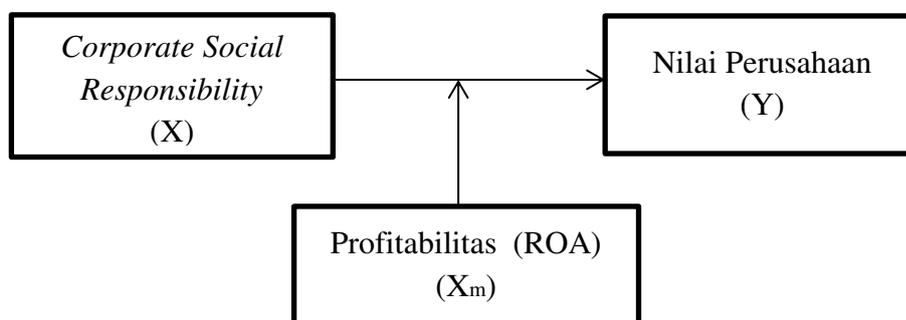
Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dilaksanakan melalui kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial. Semakin baik upaya perusahaan dalam memperbaiki tanggung jawab sosialnya maka nilai perusahaan akan semakin meningkat yang mengakibatkan investor menanamkan saham pada perusahaan.

Hal ini dikarenakan para investor lebih tertarik untuk berinvestasi pada korporasi yang peduli terhadap lingkungan. Menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan maka akan semakin

besar pengungkapan informasi sosial yang dilakukan perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *corporate social responsibility* akan meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas mengalami peningkatan.

2.4. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian pemaparan penelitian terdahulu dan tinjauan pustaka, disusunlah kerangka pemikiran yang menggambarkan hubungan antara *corporate social responsibility*, nilai perusahaan sebagai variabel dependen dan profitabilitas sebagai variabel independen yang akan diuji. Kerangka pemikiran disusun agar mempermudah dalam memahami hipotesis yang akan dibangun dalam penelitian ini. Maka kerangka pemikiran digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2.3. Kerangka Pemikiran

Sumber : Kerangka Pemikiran Teoritis 2014

2.5. Hipotesis

Hipotesis atau dugaan sementara merupakan penjelasan atau jawaban sementara mengenai fenomena atau keadaan tertentu dari suatu penelitian yang telah terjadi atau yang akan terjadi dan masih diuji kebenarannya. Berdasarkan

pemaparan materi dan kerangka konsePTual diatas, maka dapat diajukan

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

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

H2 : Profitabilitas dapat memoderasi hubungan *CSR* dengan nilai perusahaan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif asosiatif. Penelitian kuantitatif ialah penelitian yang digunakan untuk menganalisis data dengan mendeskripsikan atau menggambarkan data yang ada pada penelitian ini kemudian diolah dan dianalisa untuk mengambil suatu kesimpulan.

3.2. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan pengambilan data di Bursa Efek Indonesia (BEI) melalui situs website *ww.idx.co.id*. pada perusahaan industri barang konsumsi tahun 2016-2019 yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Waktu Penelitian ini menguji pengaruh *CSR* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi dari tahun 2016 – 2019.

Tabel 3.1. Skedul Proses Penelitian

No	Keterangan	2021																				
		Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Agust	Okt	Nov													
1	Riset awal pengajuan judul	■																				
2	Penyusunan proposal	■	■	■	■																	
3	Bimbingan proposal				■	■	■	■														
4	Seminar proposal								■													
5	Perbaikan acc proposal									■	■											
6	Pengolahan data																					

Perusahaan (Y)	bentuk dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan selama tahun berjalan (Noer irawan, 2012)	$\frac{\textit{Market Price Per Share}}{\textit{Book Value Per Share}}$	
-------------------	---	---	--

Sumber : Data Diolah Penulis

3.4. Populasi Dan Sampel

3.4.1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan, totalitas atau generalisasi dari suatu objek atau subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang akan diteliti yang didalamnya dapat diperoleh atau dapat memberikan informasi / data penelitian yang dapat ditarik kesimpulan.

Adapun populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan Industri Barang konsumsi yang terdaftar di BEI sebanyak 51 perusahaan. Adapun alasan peneliti menggunakan populasi industri barang konsumsi karena dalam melakukan aktivitas produksinya perusahaan industri barang konsumsi mempunyai banyak pengaruh atau dampak terhadap lingkungan dan disekitar perusahaannya.

3.4.2. Sampel

Sampel merupakan bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur untuk mewakili populasinya. Pengambilan sampel dilakukan untuk mendapatkan sampel yang sesuai dengan kriteria sehingga diperoleh sampel yang benar-benar mewakili populasinya. Adapun sampel yang digunakan pada penelitian ini ialah :

1. Perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2019.
2. Menyediakan laporan tahunan lengkap selama tahun 2016-2019.

3. Menyediakan data-data yang lengkap terkait dengan variabel yang digunakan dalam penelitian.
4. Perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI yang mengungkapkan *CSR* pada tahun 2016-2019.

Berdasarkan kriteria diatas maka jumlah sampel yang memiliki data lengkap dalam penelitian ini sebanyak 32 perusahaan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah purposive sampling dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang representatif sesuai dengan kriteria yang ditentukan.

Tabel 3.3. Daftar Sampel Perusahaan

NO	NAMA	KODE
1	PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk	AISA
2	PT Delta Djakarta Tbk	DLTA
3	PT Buyung Poetra Sembada	HOKI
4	PT Indofood Sukses Makmur Tbk	INDF
5	PT Mulia Boga Raya Tbk	KEJU
6	PT Multi Bintang Indonesia Tbk	MLBI
7	PT Mayora Indah Tbk	MYOR
8	PT Prashida Aneka Niaga Tbk	PSDN
9	PT Nippon Indosari Corporindo Tbk	ROTI
10	PT Sekar Bumi Tbk	SKBM
11	PT Sekar Laut Tbk	SKLT
12	PT Ultrajaya Milk Industry And Trading Company Tbk	ULTJ
13	PT Gudang Garam Tbk	GGRM
14	PT Handjaya Mandala Sampoerna Tbk	HMSP
15	PT Bantoel International Investama Tbk	RMBA
16	PT Darya Varia Laboratoria Tbk	DVLA
17	PT Indofarma Persero	INAF
18	PT Kimia Farma Persero Tbk	KAEF
19	PT Kalbe Farma Tbk	KLBF
20	PT Merck Indonesia Tbk	MERK
21	PT Phapros Tbk	PEHA
22	PT Pyridam Farma Tbk	PYFA
23	PT Industri Jamu & Farmasi Sidomuncul Tbk	SIDO
24	PT Tempo Scan Pasifik Tbk	TSPC
25	PT Akasha Wira International Tbk	ADES
26	PT Kino Indonesia Tbk	KINO

27	PT Martina Berto Tbk	MBTO
28	PT Mustika Ratu Tbk	MRAT
29	PT Mandom Indonesia Tbk	TCID
30	PT Unilever Indonesia Tbk	UNVR
31	PT Chitose Internasional Tbk	CINT
32	PT Langgeng Makmur Industry Tbk	LMPI

Sumber : Data diolah Penulis

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini untuk memperoleh data ialah data Sekunder dimana data yang diambil tidak diperoleh secara langsung dari objek yang akan diteliti melainkan dengan menggunakan metode dokumentasi.

Data yang diperoleh dengan Dokumentasi dalam penelitian ini adalah laporan keuangan yang meliputi laporan tahunan yang melaporkan tanggung jawab sosial perusahaannya, juga harga saham pada saat harga penutupan (*closing price*) pada bulan diterbitkannya laporan tahunan, kemudian dikumpulkan, dicatat dan dikaji. Penelitian ini juga dilakukan dengan mencari dan membaca literatur-literatur yang berhubungan dengan penelitian berupa buku-buku referensi, jurnal penelitian, *website* dan artikel-artikel yang berhubungan dengan penelitian.

3.6. Teknik Analisis Data

3.6.1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018:161) "Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel residual atau pengganggu memiliki distribusi normal". Uji normalitas dilakukan untuk memperoleh model regresi linier yang baik. Untuk mendeteksi hasil dari uji normalitas penelitian ini menguji normalitas menggunakan kolomograv-smirnov yang

dihasilkan dari proses SPSS. Hasil pengujian ini dikatakan normal jika nilai Sig > 0,05 (Suliyanto, 2011)

b. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2018:107-108) “Uji multikolinieritas dilakukan untuk menguji independen. Model regresi yang baik tidak terjadi korelasi diantara variabel independen”. Karena jika terdapat korelasi diantara variabel bebas tersebut, maka data untuk variabel bebas tidak dapat digunakan. Untuk mendeteksi hubungan itu dapat dilihat dari nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* tidak lebih dari 10 dan nilai *Tolerance* tidak kurang dari 0,1.

c. Autokorelasi

Menurut Ghozali (2018), uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan/residual pada periode t dengan residual periode $t-1$ (sebelumnya). Model regresi yang baik adalah regresi yang terbebas dari autokorelasi. Cara yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi adalah dengan uji Durbin Watson (DW test). Metode Durbin-Watson menggunakan titik kritis yaitu batas bawah dL dan batas atas dU . H_0 diterima jika nilai Durbin-Watson lebih besar dari Nilai Durbin Watson pada tabel.

Tabel 3.4. Kriteria Autokorelasi Durbin-Watson

DW	Kesimpulan
< dL	Ada autokorelasi (+)
dL s.d dU	Tanpa kesimpulan
dU s.d $4 - dU$	Tidak ada autokorelasi
$4 - dU$ s.d $4 - dL$	Tanpa kesimpulan
> $4 - dL$	Ada autokorelasi

d. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018:137-138) “Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Jika jenis dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka dapat disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model Regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas atau homokedastisitas. Untuk mengetahuinya dapat dilihat dari *scatterplot* yang dihasilkan dari SPSS. Uji heteroskedastisitas dikatakan memenuhi syarat dengan ketentuan : jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah pada sumbu Y.

3.6.2. Regresi Linier Sederhana

Regresi linier yang digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis korelasi antara variabel *CSR* dan Profitabilitas terhadap pertumbuhan laba. Uji ini akan menjelaskan hubungan dan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Model persamaan regresi linier tersebut ditampilkan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1.X + e$$

Keterangan :

Y	= Nilai Perusahaan
α	= Konstanta
β	= Koefisien Regresi Sederhana
X	= <i>CSR</i>
e	= Error term

3.6.3. Uji Interaksi *Moderated Regression Analysis* (MRA)

Uji interaksi atau disebut juga *Moderated Regression Analysis* (MRA) dilakukan dengan mengalikan variabel yang dihipotesiskan sebagai variabel moderasi dengan variabel bebas. Apabila hasil perkalian antar variabel bebas dengan variabel yang dihipotesiskan sebagai variabel moderasi signifikan maka dapat disimpulkan bahwa variabel yang dihipotesiskan sebagai variabel moderasi yang mampu memoderasi hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Metode ini merupakan metode yang lebih sederhana dibandingkan dengan metode lain sehingga banyak digunakan oleh peneliti.

Pada uji interaksi, model persamaan regresinya diformulasikan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X + b_2X.XM + e$$

Keterangan:

Y = Variabel Terikat (PBV)

X = Variabel Bebas (CSR)

XM = Variabel Moderasi (ROA)

3.6.4. Uji Hipotesis

Uji Hipotesis digunakan untuk membuktikan hipotesis yang telah dirumuskan, dan untuk mengetahui signifikansi hubungan variabel yang diteliti. Uji Hipotesis dilakukan dengan cara uji statistik sebagai berikut :

a. Uji-t (uji parsial)

Uji-t atau uji parsial digunakan untuk mengetahui hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai t-hitung dan t yang dihasilkan menentukan

hipotesis ditolak atau diterima. Jika nilai t -hitung $>$ t -tabel serta signifikan $<$ $0,05$ maka hipotesis diterima, artinya variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Begitu juga sebaliknya, apabila nilai t -hitung $<$ t -tabel dan signifikan $>$ $0,05$ maka hipotesis ditolak artinya variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

b. Uji Determinasi

Uji Determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel bebas memberi pengaruh terhadap variabel terikat nilai perusahaan. Dengan hasil olah data melalui SPSS, apabila nilai koefisien determinasi semakin besar dan mendekati 1, maka variabel bebas berpengaruh besar terhadap variabel terikat. Begitu juga sebaliknya, apabila nilai koefisien determinasi semakin kecil atau mendekati 0, maka variabel bebas memberi pengaruh yang semakin kecil terhadap variabel terikatnya.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisis Data Hasil Penelitian

4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan Industri Barang Konsumsi

Data yang disajikan pada penelitian ini berasal dari perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Perusahaan industri barang konsumsi terdiri dari lima sub sektor perusahaan yaitu sub sektor makanan dan minuman, sub sektor rokok, sub sektor farmasi, sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga dan sub sektor peralatan rumah tangga. Adapun kegiatan *corporate social responsibility* perusahaan pada setiap sub sektor yang dilakukan perusahaan sektor industri barang konsumsi antara lain :

1. Sub Sektor Makanan Dan Minuman

Perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang menjadi sampel dalam penelitian ini ialah PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk, PT Delta Djakarta Tbk, PT Buyung Poetra Sembada, PT Indofood Sukses Makmur Tbk, PT Mulia Boga Raya Tbk, PT Multi Bintang Indonesia Tbk, PT Mayora Indah Tbk, PT Prashida Aneka Niaga Tbk, PT Nippon Indosari Corporindo Tbk, PT Sekar Bumi Tbk, PT Sekar Bumi Tbk, PT Ultrajaya Milk Industry And Trading Company. Perusahaan ini melaksanakan kegiatan *CSR* nya dalam bidang ekonomi, lingkungan dan sosial contohnya :

- Pada tahun 2017 PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk melalui program TPS Lestari dalam memperingati hari Bumi, melakukan kegiatan penanaman pohon lindung di lokasi pabrik.

- Pada tahun 2018 PT Delta Djakarta Tbk membangun Masjid disekitar lokasi pabrik, dan memberikan layanan pemeriksaan kesehatan kepada 3 desa yang berdekatan dengan pabrik, juga memberikan bantuan kepada lebih dari 700 anak-anak yang berasal dari keluarga kurang mampu.
- Pada tahun 2017 PT Buyung Poetra Sembada memberikan sumbangan berupa sumbangan beras dan hewan qurban ke beberapa Yayasan dan Mushola yang ada disekitar perusahaan.
- Pada tahun 2018 PT Indofood Sukses Makmur Tbk cabang Semarang meluncurkan program *Green Warmindo* cabang Semarang, dimana dalam program ini mengajak para pedagang warmindo agar mengumpulkan kemasan dan botol bekas dagangan mereka untuk dijual kembali kepada pengepul. Kegiatan ini tidak hanya menjaga lingkungan tetap bersih melainkan dapat menjadi nilai tambah pemasukan bagi pemilik warmindo.
- Pada tahun 2019 PT Mulia Boga Raya Tbk ikut serta dalam kegiatan menjaga kelestarian lingkungan, dan menjaga keamanan juga kebersihan bahan baku agar dapat menghasilkan keju yang sehat dan bermutu bagi konsumen.
- Pada tahun 2017 PT Nippon Indosari Corporindo memberikan bantuan perlengkapan rumah seperti kasur, bantal dan kipas angin kepada yayasan Ibnu Faried, Purwakarta, dan mengadakan pengobatan gratis untuk 1500 orang yang ada di beberapa lokasi di Bekasi, Banten dan Bali dengan bekerjasama dengan beberapa pihak lain.

- Pada tahun 2019 PT Mayora Indah Tbk bekerjasama dengan pihak profesional memanfaatkan kembali limbah padat yang dihasilkan dari instalasi pengolahan air limbah pabrik yang kemudian diolah menjadi pupuk organik. Kegiatan ini tidak hanya mengurangi polusi limbah melainkan juga dapat bermanfaat bagi petani.
- Pada tahun 2018 PT Multi Bintang Indonesia Tbk beralih energi dari gas alam ke biomassa, bahan baku yang digunakan dalam pembuatan biomassa berasal dari limbah sekam padi dan limbah cacahan kayu. Kegiatan ini tidak hanya mengurangi emisi CO_2 tetapi juga mengurangi limbah pada industri tersebut.
- Pada tahun 2019 PT Prashida Aneka Niaga Tbk melakukan kegiatan perbaikan jalan dan jembatan yang dekat dengan lokasi perseroan di Kertapati, Palembang.
- Pada tahun 2017 PT Sekar Bumi Tbk melakukan beberapa kegiatan CSR seperti memberikan beasiswa kepada sekolah-sekolah dan donasi untuk Masjid dan yayasan sosial yang ada disekitar perusahaan.
- Pada tahun 2018 PT Sekar Laut Tbk menggunakan bahan *Green food* dan mengelola limbah cair yang kemudian digunakan untuk melestarikan tanaman.
- Sejak didirikan PT Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk telah menggunakan kemasan karton yang ramah lingkungan, juga ikut berpartisipasi dalam program *Thanks To Nature* yang mengajak seluruh masyarakat agar lebih menjaga dan memelihara lingkungan sekitar dengan tidak membuang sampah sembarangan.

2. Sub Sektor Rokok

Perusahaan sub sektor rokok yang menjadi sampel dalam penelitian ini ialah PT Gudang Garam Tbk, PT Handjaya Mandala Sampoerna Tbk, PT Bantoel International Investama Tbk. Perusahaan ini melaksanakan kegiatan *CSR* nya dalam bidang ekonomi, lingkungan dan sosial contohnya :

- Pada tahun 2017 PT Gudang Garam Tbk memberikan 71.500 L air bersih, tangki, pipa dan pompa air untuk masyarakat yang terkena dampak kekurangan pasokan air bersih. Juga memberikan bantuan lainnya seperti makanan, pakaian, selimut dan obat-obatan.
- Pada tahun 2018 PT Handjaya Mandala Sampoerna Tbk memberikan bantuan kepada masyarakat yang terkena bencana alam di Lombok dan di Palu, bantuan yang diberikan dengan mendirikan tempat penampungan, menyediakan ekskavator untuk penyelamatan, penyediaan fasilitas dapur, dan obat-obatan.
- Pada tahun 2019 PT Bantoel Internasional Investama Tbk dalam mengatasi krisis air bersih memberikan fasilitas air bersih di desa Jabung Kabupaten Malang.

3. Sub Sektor Farmasi

Perusahaan sub sektor farmasi yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah PT Darya Varia Laboratoria Tbk, PT Indofarma Persero, PT Kimia Farma Persero Tbk, PT Kalbe Farma Tbk, PT Merck Indonesia Tbk, PT Phapros Tbk, PT Pyridam Farma Tbk, PT Industri Jamu & Farmasi Sidomuncul Tbk, PT Tempo Scan Pasifik Tbk. Perusahaan ini

melaksanakan kegiatan *CSR* nya dalam bidang ekonomi, lingkungan dan sosial contohnya :

- Pada tahun 2017 PT Darya Varia Laboratoria Tbk bekerja sama dengan Kementerian Kesehatan dan yayasan non profit lainnya mewujudkan program “Sehat Indonesiaku” yang menyelenggarakan kegiatan pengobatan gratis, promosi kesehatan, donor darah dan kegiatan kemanusiaan lainnya.
- Pada tahun 2019 PT Indofarma Persero melakukan kegiatan penghematan konsumsi sumber daya air sebanyak 2,54% dan mengurangi penggunaan kertas sebanyak 17,21%.
- Pada tahun 2017 PT Kimia Farma Persero Tbk memberikan bantuan dalam bidang pendidikan berupa sarana dan prasarana Lab Kesehatan untuk Akademi Keperawatan YTPA di Kabupaten Toba Samosir, SUMUT.
- Pada tahun 2018 PT Kalbe Farma Tbk melakukan kegiatan praktik pelestarian lingkungan dengan memanfaatkan kembali koran bekas sebagai bahan kerajinan melalui kemitraan LPBI Nahdiatul Ulama, Jakarta.
- Pada tahun 2019 PT Jamu & Farmasi Sidomuncul Tbk memberikan bantuan dana dan sembako kepada korban kebakaran di Jakarta dan korban banjir di Samarinda. Juga memberikan dana yang didistribusikan pada bantuan kesehatan, pengembangan SDM dan pendidikan di Agats, Papua.

- Pada tahun 2016 PT Merck Indonesia Tbk mengumpulkan lebih dari 1,5 ton limbah kertas dan mendaur ulang menjadi kotak tisu, kotak pensil, notes dan kartu nama yang bekerja sama dengan Nara Kreatif.
- Pada tahun 2019 PT Phapros Tbk mengadakan kegiatan pengobatan gratis di Semarang dan Pekalongan, juga memberikan obat-obatan gratis di beberapa instansi kesehatan.
- Pada tahun 2019 PT Pyridam Farma memberikan sumbangan obat-obatan untuk Poliklinik/Puskesmas disekitar pabrik dan yayasan-yayasan sosial. Juga memberikan pelatihan kepada karyawan mengenai cara pembuatan obat yang baik (CPOB)
- Pada tahun 2019 PT Tempo Scan Pacifik Tbk melalui program “Indonesia Tersenyum” kepada 34 kecamatan di Jawa Tengah, dan 13 kecamatan di Jawa Timur dengan memberikan bantuan kepada 100.000 anak yang terkena gigi buruk dan berada dalam keluarga yang kurang mampu.

4. Sub Sektor Kosmetik dan Barang Keperluan Rumah Tangga

Perusahaan sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah PT Akasha Wira International Tbk, PT Kino Indonesia Tbk, PT Martina Berto Tbk, PT Mustika Ratu Tbk, PT Mandom Indonesia Tbk, PT Unilever Indonesia Tbk. Perusahaan melaksanakan kegiatan CSR nya dalam bidang ekonomi, lingkungan dan sosial contohnya:

- Pada tahun 2018 PT Akasha Wira International Tbk melakukan pelatihan kepada masyarakat guna meningkatkan keterampilan

dibidang tata rias rambut agar nantinya peserta mempunyai keahlian dan siap bekerja dalam industri kecantikan.

- Pada tahun 2016 PT Martina Berto Tbk memberikan pembinaan usaha jamu gendong dan jamu racik tentang cara pembuatan jamu yang baik dan benar agar tidak membahayakan bagi konsumen, dengan tidak mencampurnya dengan bahan kimia obat (BKO)
- Pada tahun 2017 PT Mustika Ratu Tbk melakukan kegiatan pembersihan kali ciliwung dan memberikan bantuan untuk korban banjir di Lebak, Banten bersama dengan putri Indonesia. Juga melakukan penanaman pohon mangrove dipulau Bawean Gresik, dan penanaman pohon di UNPAD bandung.
- Pada tahun 2019 PT Mandom Indonesia Tbk turut berpartisipasi dalam kegiatan Pink Walk yang diselenggarakan oleh Yayasan Daya Dara Indonesia (Lovepink) untuk memberikan pengetahuan mengenai pentingnya mendeteksi kanker payudara sejak dini dan membuat quotes sebagai bentuk penyemangat untuk para penyintas kanker payudara.
- Pada tahun 2017 PT Unilever Indonesia Tbk berhasil mengembangkan program bank sampah sebanyak 1.630 yang disebar di 12 provinsi dan bearada 17 kota. Kegiatan ini berhasil mengumpulkan sebanyak 4.363 ton limbah anorganik, yang menghasilkan omzet 1,1 miliar dari hasil penjualan limbah pada industri daur ulang. Kegiatan ini tidak hanya mengurangi limbah melainkan juga dapat menjadi nilai ekonomi.

- Pada tahun 2017 PT Kino Indonesia Tbk melakukan kegiatan *Go Green* dengan melakukan penanaman sebanyak 3.000 bibit pohon di Taman Hutan Raya, Jawa Barat.

5. Sub Sektor Peralatan Rumah Tangga

Perusahaan sub sektor peralatan rumah tangga yang menjadi sampel pada dalam penelitian ini ialah PT Chitose Internasional Tbk, PT Langgeng Makmur Industry Tbk. Perusahaan ini melaksanakan kegiatan *CSR* nya dalam bidang ekonomi, lingkungan dan sosial contohnya :

- Pada tahun 2016 PT Chitose Internasional Tbk melalui yayasan peduli kasih memberikan beasiswa kepada siswa/siswi yang kurang mampu dimulai dari SD hingga perguruan tinggi.
- Pada tahun 2017 PT Langgeng Makmur Tbk ikut serta dalam membangun dan perbaikan fasilitas umum dan tempat ibadah disekitar perusahaan.

4.1.2 Statistik Deskriptif

Berikut disajikan statistik deskriptif nilai perolehan *CSR*, *ROA*, dan *PBV* untuk semua sampel penelitian tahun pengamatan 2016-2019.

Tabel 4.1. Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	128	.04	.76	.2686	.16132
PBV	128	.18	82.44	6.4796	12.51613
ROA	128	-17.61	92.10	10.6706	14.39190
Valid N (listwise)	128				

Sumber : Hasil *output* SPSS 16

Berdasarkan tabel diatas perolehan nilai dari *CSR* tertinggi adalah 0,76 sementara yang terendah 0,04 dan rata-rata nya 0,26. Untuk *ROA* nilai tertinggi

adalah 92,10 sementara yang terendah -17,61 dan rata-rata nya 10,67. Dan untuk nilai PBV nilai tertinggi adalah 82,44 sementara yang terendah 0,18 dan rata-rata nya 6,47.

4.1.3. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik bertujuan untuk menguji dan mengetahui kelayakan atas model regresi yang digunakan dalam penelitian. Pengujian juga bertujuan untuk memastikan bahwa regresi yang digunakan tidak terdapat multikolinieritas dan heteroskedastisitas dan untuk memastikan bahwa data yang dihasilkan normal.

4.1.3.1. Uji Normalitas

Uji Normalitas untuk menguji apakah model regresi residual berdistribusi normal atau tidak. Dalam menguji normalitas data alat yang digunakan adalah *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Jika nilai Kolmogorov-Smirnov $> 0,05$ maka dikatakan berdistribusi secara normal. (Suliyanto, 2011).

Tabel 4.2. Hasil Uji Normalitas Data
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		128
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	9.37801156
Most Extreme Differences	Absolute	.163
	Positive	.163
	Negative	-.098
Kolmogorov-Smirnov Z		1.843
Asymp. Sig. (2-tailed)		.002
a. Test distribution is Normal.		

Sumber : Hasil *output* SPSS 2016

Dari tabel diatas terlihat bahwa nilai sig lebih kecil dari 0.05 yang berarti data tidak berdistribusi secara normal. Syarat melakukan regresi menurut

Imam Ghozali, (2011) data harus berdistribusi secara normal. Maka diperlukan transformasi data dalam bentuk LN.

4.3. Hasil Uji Normalitas Data Dalam Bentuk LN

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		128
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.96427914
Most Extreme Differences	Absolute	.062
	Positive	.053
	Negative	-.062
Kolmogorov-Smirnov Z		.705
Asymp. Sig. (2-tailed)		.702
a. Test distribution is Normal.		

Sumber : Hasil *output* SPSS 16

Tabel diatas menunjukkan hasil pengujian normalitas data 0,702 dimana data dikatakan normal apabila hasil data $> 0,05$. Dapat dilihat bahwa indikator memiliki signifikansi Kolomogrof-smirnov Test dengan nilai $0,702 > 0,05$. Maka hasil pengujian normalitas pada penelitian ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.

4.1.3.2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas dengan variabel terikatnya. Dalam model regresi linier yang baik tidak terdapat korelasi antara variabel independennya. Berikut hasil uji multikolinieritas pada tabel berikut :

Tabel 4.4. Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
LN_CSR	.944	1.059
LN_PBV	.944	1.059

Sumber : Hasil *output* SPSS 16

Hasil uji multikolinieritas pada tabel diatas menunjukkan bahwa model regresi pada penelitian ini memiliki nilai tolerance $> 0,1$ dan VIF < 10 . Dimana nilai tolerance untuk variabel CSR dan Profitabilitas yaitu 0,944 dan nilai VIF untuk variabel CSR dan Profitabilitas yaitu 1,059. Maka menunjukkan bahwa model regresi ini tidak terdapat masalah multikolinieritas dan layak digunakan untuk penelitian ini.

4.1.3.3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah dalam penelitian ini pada model regresi terjadi korelasi antara residual pada periode t dengan residual periode t-1 (sebelumnya). Model regresi yang baik adalah regresi yang $>$ dari autokorelasi. Metode yang digunakan untuk mendeteksi autokorelasi adalah dengan uji Durbin-Watson (DW-test). Berikut merupakan hasil uji DW :

Tabel 4.5. Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.658 ^a	.432	.423	.97188	2.297

a. Predictors: (Constant), LN_CSR, LN_ROA

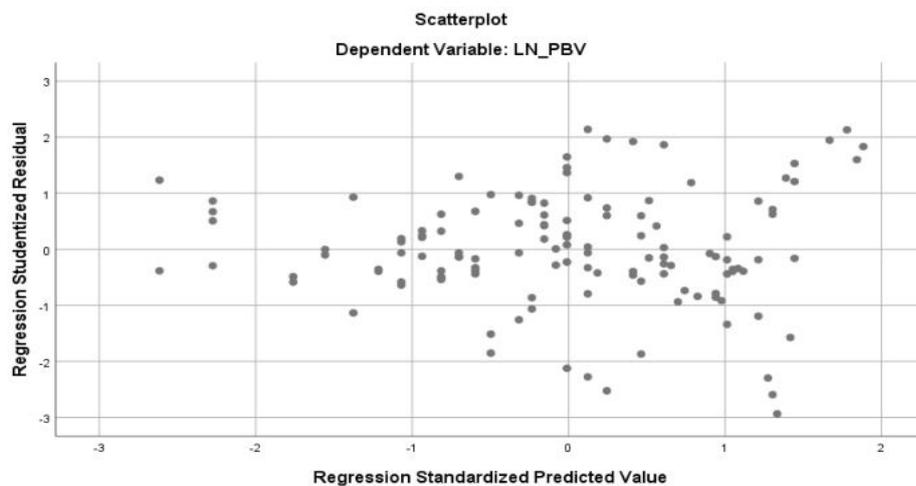
b. Dependent Variable: LN_PBV

Sumber : Hasil *output* SPSS 16

Berdasarkan tabel DW pada signifikansi 0,05 dengan jumlah data (n)=128 dan jumlah variabel independen (k)=2 maka diperoleh nilai dL sebesar 1.6798 dan nilai dU sebesar 1.7432. Berdasarkan hasil pengujian diatas nilai DW dari model regresi adalah 2.297. Karena nilai DW 2.297 $>$ dari batas dL 1,6798 dan dU 1,7432 $<$ DW 2.297. dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

4.1.2.4. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah hasil pengujian dari model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari satu variabel ke variabel yang lain. Untuk uji heteroskedastisitas dari hasil SPSS dapat dilihat dalam grafik scatter-plot pada gambar berikut :



Gambar 4.1. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Hasil *output* SPSS 16

Pada grafik *scatter-plot* diatas dapat dilihat bahwa titik –titik yang dihasilkan agak menyebar dan tidak membentuk suatu pola tertentu dan tetap berada pada sekitaran titik nol, maka pengujian ini bebas dari masalah heteroskedastisitas.

4.1.4. Analisis Regresi Linier Sederhana

Berdasarkan uji asumsi klasik yang telah dilakukan, dapat dilihat bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal, tidak terjadi multikolinearitas, tidak terdapat heteroskedastisitas dan juga tidak terjadi autokorelasi. Maka dari itu data yang tersedia telah memenuhi syarat untuk menggunakan model regresi

linier, analisis regresi linier digunakan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.6. Hasil Uji Regresi Linier

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.393	.249		9.598	.000
	LN_CSR	.958	.152	.490	6.310	.000

a. Dependent Variable: LN_PBV

Sumber : Hasil *output* SPSS 16

Dari tabel diatas memaparkan bahwa nilai koefisien variabel bebas (*corporate social responsibility* dan Profitabilitas) diperoleh nilai hasil yang dijabarkan sebagai berikut :

$$Y = 2,393 + 0,490X$$

Pernyataan dari persamaan diatas dapat diuraikan sebagai berikut :

a. Konstanta (α)

Nilai konstanta dari hasil yang diperoleh sebesar 2,393 dimana apabila perusahaan tidak melakukan *CSR* maka nilai perusahaan akan sebesar 2,393.

b. Pengungkapan *CSR* (X)

Nilai koefisien regresi dan variabel X (*CSR*) diperoleh nilai sebesar 0,490 dimana arah koefisiennya kearah positif yang berarti *CSR* memberikan keputusan 0,490 apabila variabel lain tetap/konstan.

4.1.5. Analisis Regresi Moderated Ragression Analysis (MRA)

Analisis regresi MRA digunakan untuk menganalisis pengaruh pengungkapan *CSR* dengan nilai perusahaan yang dimoderasi oleh

profitabilitas yang diproksikan dengan ROA. Berikut hasil pengujian regresi MRA :

Tabel 4.7. Hasil Uji Regresi MRA

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.595	.283		5.628	.000
LN_CSR	.612	.157	.313	3.887	.000
CSR.ROA	.078	.016	.387	4.812	.000

a. Dependent Variable: LN_PBV

Sumber : Hasil *output* SPSS 16

Berdasarkan tabel diatas maka dapat persamaan regresinya sebagai berikut :

$$Y = 1.595 + 0,612X + 0,078X.X_m$$

Pada persamaan regresi linier MRA diatas dapat dilihat sebagai berikut :

a. Konstanta (α)

nilai konstanta dari hasil yang diperoleh sebesar 1.595 yang berarti jika nilai variabel bebas CSR (X) dan nilai interaksi antara pengungkapan CSR dengan profitabilitas (ROA) sebagai variabel moderasi sama dengan 0 , maka nilai perusahaan Y sebesar 1.595.

b. Pengungkapan CSR (X)

nilai koefisien regresi untuk pengungkapan CSR diperoleh sebesar 0,612 berarti apabila pengungkapan CSR bertambah satu kali, maka nilai perusahaan akan mengalami kenaikan sebesar 0,612. Dalam pengujian regresi model MRA dapat dinyatakan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

c. Interaksi CSR dengan Profitabilitas sebagai pemoderasi (X.X_m)

Nilai koefisien regresi untuk pengungkapan CSR dengan ROA sebesar 0.078. berarti jika nilai pengungkapan CSR dengan ROA bertambah satu kali maka nilai perusahaan akan meningkat sebesar 0.078. dapat dinyatakan bahwa interaksi antara pengungkapan CSR dengan ROA sebagai variabel pemoderasi berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

4.1.6. Hasil Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis merupakan prosedur yang menunjukkan apakah hasil asumsi hipotesis diawal ditolak atau diterima. Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan uji determinasi (R^2) dan uji t (Parsial).

A. Uji Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang disajikan dalam bentuk persen. Dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 4.8. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.490 ^a	.240	.234	1.11998	2.349

a. Predictors: (Constant), LN_CSR

b. Dependent Variable: LN_PBV

Sumber : Hasil *output* SPSS 16

Dari tabel koefisien determinasi diatas dapat dilihat bahwa angka koefisien korelasi (R^2) sebesar 0,240 atau 24%. Hasil perhitungan statistik ini menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menerangkan variasi perubahan variabel independen hanya sebesar 24% sedangkan sisanya 76% ditentukan oleh faktor variabel lain diluar penelitian ini.

B. Uji Determinasi R² Setelah Dimoderasi

Tabel 4.9. Hasil Uji Determinasi R² Setelah Dimoderasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.599 ^a	.359	.349	1.03286	2.336

a. Predictors: (Constant), CSR,ROA, LN_CSR

b. Dependent Variable: LN_PBV

Sumber : Hasil *output* SPSS 16

Dari tabel koefisien determinasi setelah dimoderasi diatas dapat dilihat bahwa angka koefisien korelasi (R²) sebesar 0,359. Hal ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi oleh CSR dan pengungkapan CSR yang dimoderasi kan dengan ROA sebesar 35,9% dan sisanya 64,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini. Nilai R² pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan setelah dimoderasi dengan ROA lebih besar dari R² sebelum dimoderasi. Hal ini mengindikasikan bahwa profitabilitas yang diproksikan dengan ROA mampu meningkatkan pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.

C. Uji t (Parsial)

Uji t parsial dilakukan untuk mengetahui hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil pengolahan data uji t dapat dilihat pada uji t parsial sebagai berikut:

Tabel 4.10. Hasil Uji t (Parsial)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.393	.249		9.598	.000
	LN_CSR	.958	.152	.490	6.310	.000

a. Dependent Variable: LN_PBV

Sumber : Hasil *output* SPSS 16

Dari variabel dependen X (*CSR*) menghasilkan t-hitung *CSR* sebesar $6,310 > t\text{-tabel } 1,979$ dengan nilai signifikan $0,000$ dimana nilai ini lebih kecil dari $0,05$ sehingga dapat disimpulkan variabel *CSR* terbukti berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Maka kesimpulannya H_a diterima dan H_o ditolak.

D. Uji t (Parsial) Setelah Moderasi

Tabel 4.11. Hasil Uji t (Parsial) Setelah di Moderasi
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.595	.283		5.628	.000		
	LN_CSR	.612	.157	.313	3.887	.000	.791	1.264
	CSR.ROA	.078	.016	.387	4.812	.000	.791	1.264

a. Dependent Variable: LN_PBV

Sumber : Hasil *output* SPSS 16

Berdasarkan hasil uji t parsial setelah dimoderasi antara pengungkapan *CSR* dengan profitabilitas ROA diperoleh t hitung $4,812 > t\text{-tabel } 1,979$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa interaksi antara *CSR* dan ROA berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, atau dapat disimpulkan bahwa ROA mampu memoderasi hubungan *CSR* dengan nilai perusahaan.

4.2. Pembahasan Hasil Penelitian

Pembahasan hasil penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan lagi hasil penelitian dari variabel dan agar memudahkan pembaca untuk mengetahui hasil akhir dari penelitian ini.

4.2.1. *Corporate Social Responsibility* Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan.

Hasil persamaan regresi setelah di LN yang digunakan sebagai dasar untuk menjawab hipotesis 1 mengenai pengaruh *CSR* terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian regresi menghasilkan t -hitung $6.310 > t$ tabel $1,979$ dengan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen *CSR* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wahyuning (2016) yang menyatakan bahwa pengungkapan *CSR* berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan. Serta mendukung penelitian yang dilakukan Nur (2016) yang menyatakan bahwa *CSR* berpengaruh positif dan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan *CSR* dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa melaksanakan kegiatan sosial perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat dalam jangka panjang akan membawa dampak positif dan memberikan keuntungan terhadap perusahaan karena dapat meningkatkan nilai perusahaan, juga dapat meningkatkan image perusahaan yang lebih baik dimata masyarakat umum, meminimalkan resiko dan dapat digunakan investor sebagai acuan dalam berinvestasi.

4.2.2. Profitabilitas Dapat Memoderasi Hubungan CSR Dengan Nilai Perusahaan

Hasil persamaan regresi setelah di LN yang digunakan sebagai dasar untuk menjawab hipotesis 2 mengenai ROA sebagai pemoderasi CSR terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian pada uji t-parsial setelah dimoderasi dengan menginteraksikan CSR dan ROA menghasilkan t-hitung sebesar $4,812 > t\text{-tabel } 1,979$ dengan nilai sig $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan variabel profitabilitas (ROA) mampu memoderasi hubungan CSR terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan Wahyuning (2016) dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa profitabilitas dapat memoderasi hubungan CSR terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan Rimba (2016) dimana hasil penelitiannya menyatakan bahwa profitabilitas tidak mampu memoderasi hubungan CSR dengan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa nilai perusahaan di Indonesia khususnya di perusahaan industri barang konsumsi sudah cukup baik, sehingga pihak manajemen perusahaan harus mempertahankan dan berinovasi lebih baik lagi agar nilai perusahaannya terus meningkat sehingga minat investor untuk menanamkan saham juga semakin meningkat.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi pada perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek indonesia (BEI) tahun 2016-2019 dapat diambil kesimpulan yaitu :

1. Variabel pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa apabila suatu perusahaan melaksanakan kegiatan *CSR* nya dalam jangka panjang akan memberikan dampak positif pada peningkatan keuntungan keuangan perusahaan dan juga keuntungan yang diperoleh investor khususnya perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI.
2. Variabel Profitabilitas dapat memoderasi hubungan *CSR* dengan nilai perusahaan. Dengan menambahkan profitabilitas sebagai pemoderasi mampu meningkatkan hubungan *CSR* dengan nilai perusahaan khususnya dalam perusahaan industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI.

5.2. Saran

Berdasarkan keterbatasan pada hasil penelitian ini, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi peneliti selanjutnya, agar dapat mengambil sampel ditempat lain, misalnya pada perusahaan manufaktur atau pertambangan. Proksi kinerja keuangan yang digunakan pada penelitian ini hanya menggunakan ROA dengan begitu tidak dapat mencerminkan kinerja keuangan perusahaan

secara keseluruhan, untuk peneliti selanjutnya agar menambahkan proksi kinerja keuangan misalnya EPS atau ROE.

2. Bagi Perusahaan, dalam menjalankan usahanya sebaiknya bukan hanya untuk meningkatkan profitabilitas saja namun juga memperhatikan kegiatan *CSR* untuk keberlangsungan perusahaan.
3. Bagi Investor, dalam melakukan investasi sebaiknya mempertimbangkan tidak hanya untuk keuntungan jangka pendek, namun untuk kelangsungan jangka panjang serta eksistensi investasi, dan merubah *mindset* bahwa kegiatan pengungkapan *CSR* hanya akan membebani keuangan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, (2013). *Pengaruh Profitabilitas dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)*. Padang : Fakultas Ekonomi UNP.
- Agustine, Ira. (2014). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan*. *Jurnal Finesta*,2 (1),2014, hlm.42-47.
- Armi, et al. (2016). *Pengaruh GCG Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi*. *Jurnal Infestasi*. Universitas Mataram.
- Ance, dan Drs I, Gede (2017). *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Fadly, Y. (2019). Performa Mahasiswa Akuntansi Dalam Implementasi English For Specific Purpose (Esp) Di Universitas Pembangunan Panca Budi (Unpab) Medan. *Jurnal Akuntansi Bisnis dan Publik*, 9(2), 190-201.
- Ghozali, Imam. (2018). *“Aplikasi Analisis Multivariate”*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Ghozali, I dan Chairi, A. (2016). *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, Nor. (2011). *Corporate Social Responsibility*. Graha Ilmu: Yogyakarta
- Indrawan, D, C. (2011). *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Perusahaan*. Semarang : Fakultas Ekonomi UNDIP.
- Milanie, F., Sari, A. K., & Saputra, H. (2020). An Effect of Empowerment Organizational Structure and Job Design Employee Effectiveness Work in the Office Directors of PTPN II Tanjung Morawa. *International Journal of Management*, 11(5).
- 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.
- Ria, R, Y. (2016). *Pengaruh Arus Kas Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Harga Saham Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*. Skripsi Fakultas Ekonomi UNY.
- Rosiana, et al. (2013). *Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi*. *Jurnal Akuntansi*, Vol.5.No.3.

- Rusiadi, (2014). *Metode Penelitian Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi Pembangunan, Konsep, Kasus dan Aplikasi SPSS, Eviews, Amos dan Lisrel*. Cetakan Ketiga. Medan:USU Press.
- Suharto, Edi. (2007). Corporate Social Responsibility : What is and Benefit for Corporate. <http://www.policy.hu/suharto>.
- Suliyanto, (2011). *Ekonometrika Terapan : Teori & Aplikasi dengan SPSS*
- Supraja, G. (2020, April). *THE INFLUENCE OF TAX AMNESTY BENEFIT PERCEPTION TO TAXPAYER COMPLIANCE*. In *Proceedings Of The International Seminar (Vol. 1, No. 1, pp. 148-156)*.
- Purba, R. B., Erlina, H. U., & Muda, I. (2020). *Influence of Supply Chain Audit Quality on Audit Results through the Auditor's Ability in Detecting Corruption*. *Int. J Sup. Chain. Mgt Vol, 9(3), 1046*.
- Tenriwaru, et al. (2020). *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi*. Vol.3.No.01.
- Wijaya, Mateus. (2017). *Pengaruh Penerapan Good Corporate Governance Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan BUMN Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 2012-2014)*. *JOM Foken*. Vol.4.No.1.
- Wijayanti, et al. (2011). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan*. Aceh: Simposium Nasional Akuntansi XIV, 1- 29.

www.idx.co.id

Annual Report Perusahaan

Table Trading by Industry