

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP
NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL
MODERATING PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN YANG
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Program Studi Manajemen*

Oleh:

DESI ALIANA
NPM. 1305160367



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2017**

ABSTRAK

Desi Aliana (1305160367) Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui :Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI. Pengaruh Profitabilitas sebagai variabel *moderating* dalam hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan nilai perusahaan.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan pendekatan *non probability sampling*, khususnya metode *purposive sampling* yaitu teknik sampling dengan metode pengambilan sampel secara tidak acak tetapi berdasarkan atas tujuan dan pertimbangan atau kriteria tertentu. Dari 38 populasi perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI, diperoleh 10 perusahaan pertambangan yang memenuhi kriteria diatas sebagai sampel penelitian.

CSR secara parsial tidak mempengaruhi PBV. Nilai t_{tabel} adalah 1,705, sehingga $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,186 < 1,70$), Signifikansi penelitian juga menunjukkan angka $> 0,05$ ($0,853 > 0,05$). ROA secara parsial berpengaruh tidak signifikan PBV. t_{hitung} sebesar 1.777 dengan nilai signifikan 0,085, sedangkan t_{tabel} adalah 1,705, sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,777 > 1,705$), Signifikansi penelitian menunjukkan angka $> 0,05$ ($0,085 > 0,05$).

Kata Kunci : CSR, ROA, PBV

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr. Wb

Puji syukur kita panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan kesempatan dan kesehatan kepada kita khususnya penulis, serta shalawat dan salam kehadiran Nabi besar kita Nabi Muhammad SAW yang kita harapkan syafaatnya di hari akhir nanti, sampai saat ini penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dengan judul **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia .“**

Penulis menyadari, bahwa sesungguhnya penulisan dan penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan nasehat serta pengarahan dari berbagai pihak, untuk itu dengan segala kerendahan hati, tulus dan ikhlas penulis mengucapkan terima kasih yang telah membantu dan memberi dorongan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Dan pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ayahanda Ali Syahbana SE dan Ibunda Dewi Hartini yang telah memberikan dukungan baik moril maupun material serta do'a restu sangat bermanfaat sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

2. Bapak Dr. H. Agussani, M.AP, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Zulaspan Tupti S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Dr. Hasrudi Tanjung SE, M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
5. Bapak Dr. Jufrizen S.E., M.Si., selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu Sri Ftiri Wahyuni SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan yang banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik
7. Bapak/Ibu Dosen selaku staf pengajar yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu, yang telah membekali penulis dengan berbagai ilmu pengetahuan.
8. Semua teman-teman ku khususnya Nurly Handayani, Tika, Dea, Tami, Arina, Yuni dan semua teman-teman di Kelas Manajemen A Siang 2013, semoga apa yang kita cita-citakan tercapai.
9. Buat yang istimewa Basir Azhar SE yang selalu setia dan memotivasi penulis hingga terselesaikannya skripsi ini.

Akhir kata, Penulis mengucapkan banyak terima kasih. Skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan, untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga akhirnya skripsi ini dapat memberikan manfaat yang banyak bagi semua pihak.

Wassalamu'alaikum Wr, WB

Medan, Maret 2017

Penulis

Desi Aliana
1305160367

DAFTAR ISI

ABSTRAK

KATA PENGANTAR..... i

DAFTAR ISI..... iv

DAFTAR TABEL

BAB I PENDAHULUAN..... 1

A. Latar Belakang 1

B. Identifikasi Masalah..... 11

C. Rumusan Masalah..... 11

D. Tujuan Penelitian..... 12

E. Manfaat Penelitian..... 12

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 14

A. Landasan Teori..... 14

1. *Corporate Social Responsibility (CSR)*..... 14

a. Pengertian *Corporate Social Responsibility (CSR)* 14

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi CSR 17

c. Manfaat *Corporate Social Responsibility (CSR)*..... 18

c. Indikator *Corporate Social Responsibility (CSR)*..... 19

2. Nilai Perusahaan 30

a. Pengertian Nilai Perusahaan 30

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan 31

b. Manfaat Nilai Perusahaan..... 32

c. Indikator Nilai Perusahaan.....	34
3. <i>Return On Asset</i> (ROA)	35
a. Pengertian <i>Return On Asset</i> (ROA).....	35
b. Faktor yang Mempengaruhi <i>Return On Asset</i> (ROA)	37
c. Manfaat ROA	39
b. Pengukuran <i>Return On Assets</i>	42
B. Kerangka Konseptual.....	43
C. Hipotesis Penelitian	44
BAB III METODE PENELITIAN.....	46
A. Pendekatan Penelitian	46
B. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	46
C. Tempat dan Jadwal Penelitian.....	50
D. Populasi dan Sampel Penelitian	50
E. Jenis dan Sumber Data.....	52
F. Teknik Pengumpulan Data.....	53
G. Teknik Analisis Data	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	58
A. Analisis Hasil Penelitian	58
B. Pembahasan	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	78
A. Kesimpulan	78
B. Saran	78

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul	Halaman
2.1	Penelitian Terdahulu.....	28
3.1	Jadwal Penelitian.....	32
3.2	Definisi Operasional.....	36
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian	38

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul	Halaman
2.1	<i>Triple Bottom Line (3P)</i>	13
2.2	Kerangka Konseptual	30

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini, dunia usaha semakin berkembang pesat. Hal ini ditandai dengan perusahaan – perusahaan baru yang terus banyak bermunculan. Semakin ketatnya persaingan tersebut, menyebabkan perusahaan harus lebih efektif dan efisien dalam melakukan kegiatan operasi agar dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan (Setiawan, 2004, hal.39).

Perkembangan bisnis yang semakin modern menuntut perusahaan mulai berkompetisi dalam mempertahankan usahanya. Hal ini dimaksudkan bahwa perusahaan bukan hanya dituntut untuk fokus pada perbaikan dan peningkatan kondisi internal perusahaan atau dalam artian mencari *profit* saja, namun juga perusahaan dituntut untuk fokus dalam mengembangkan hubungan sosial pada kondisi eksternal perusahaan yang merupakan tanggung jawab sosial perusahaan kepada *stakeholder* (Kadir, 2010, hal. 7).

Tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) yang sebelumnya masih merupakan isu marginal, kini telah menjadi isu yang semakin populer di kalangan pengusaha, bahkan ditempatkan pada posisi yang kian penting. Oleh karena itu, dikalangan dunia usaha pada saat ini sedikit demi sedikit mulai merespon akan isu CSR ini. Bahkan, bukan hanya sekedar mengikuti *trend* saja, melainkan juga memahami esensi dan manfaatnya (Susanto, 2007, hal. 21).

Daniri dalam Sinamo (2014, hal.64) CSR sebagai sebuah gagasan, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada single bottom line, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja. Tapi, tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines*. Di sini bottom lines lainnya selain finansial juga adalah sosial dan lingkungan. Karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan atau *sustainable*.

Tanggung jawab sosial perusahaan dapat pula dikatakan sebagai hubungan yang terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua *stakeholder*, termasuk didalamnya adalah pelanggan, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, pemerintah, *supplier* bahkan juga kompetitor. Tanggungjawab sosial perusahaan (CSR) diharapkan akan mampu menaikkan nilai perusahaan. Karena, kegiatan CSR merupakan keberpihakan perusahaan terhadap masyarakat maupun lingkungan (Sinulingga, 2007, hal. 174).

Sebuah perusahaan pada umumnya didirikan dengan suatu tujuan tertentu. Tujuan perusahaan yang umumnya diketahui publik adalah untuk mendapatkan laba yang sebesar-besarnya, namun tujuan perusahaan yang sebenarnya tidak sebatas untuk mendapatkan laba, tetapi juga untuk meningkatkan kemakmuran pemilik atau pemegang saham dan untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Tujuan tersebut sebenarnya tidak banyak berbeda, bahkan saling berhubungan dan mendukung satu dengan yang lain, namun tujuan yang menjadi prioritas suatu perusahaan bisa saja berbeda dengan perusahaan lain (Amin, 2008, hal.37).

Nilai perusahaan sangatlah penting karena dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan. Nilai perusahaan tidak hanya mencerminkan bagaimana nilai intrinsik pada saat ini, tetapi juga mencerminkan prospek dan harapan akan kemampuan perusahaan tersebut dalam meningkatkan nilai kekayaannya di masa depan. Nilai perusahaan akan meningkat secara berkelanjutan apabila dalam menjalankan operasinya perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, dimensi sosial dan dimensi lingkungan hidup. Dimensi ekonomi dapat diproksikan melalui profitabilitas perusahaan, sementara dimensi sosial dan dimensi lingkungan hidup tergambarkan melalui CSR (Susanto, 2007, hal. 27).

Salah satu indikator untuk menilai nilai perusahaan memiliki prospek baik atau tidak di masa mendatang, adalah dengan melihat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Laba perusahaan selain merupakan indikator suatu perusahaan memenuhi kewajiban bagi para penyandang dananya, juga merupakan elemen dalam penciptaan nilai perusahaan.

Kegiatan CSR sendiri di Indonesia didasari oleh Undang-Undang No.40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 74 yang intinya menyatakan bahwa perusahaan yang melaksanakan kegiatan di bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Hal ini menunjukkan keberpihakan pemerintah terhadap masyarakat luas. Dengan adanya Undang – Undang tersebut diharapkan CSR bukan hanya menjadi kesukarelaan perusahaan, tetapi menjadi kewajiban setiap perusahaan.

Atas dasar inilah, banyak perusahaan yang mulai mengembangkan CSR (*Corporate Social Responsibility*). CSR kini tidak hanya dipandang sekedar tanggung jawab saja, melainkan adalah suatu keharusan dan kewajiban bagi sebuah perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan dapat menunjukkan rasa kepedulian perusahaan terhadap kepentingan pihak-pihak lain secara luas daripada hanya sekedar kepentingan perusahaan saja.

Untuk menciptakan pembangunan yang berkelanjutan, dalam operasinya perusahaan harus memperhatikan pembangunan ekonomi, pembangunan sosial dan perlindungan lingkungan. Oleh sebab itu, muncul kesadaran untuk mengurangi dampak negatif dari operasi bisnis dengan pengembangan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Erni dalam Sutopoyudo (2009, hal.75) Penerapan CSR tidak lagi dianggap sebagai *cost*, melainkan investasi perusahaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan yang melaksanakan CSR akan mendapatkan respon positif dari para pelaku pasar.

Perusahaan pertambangan dipilih karena kegiatan bisnisnya yang bersentuhan langsung dengan pemanfaatan sumber daya alam yang mana berdampak langsung pada lingkungan. Indonesia merupakan salah satu negara dengan kekayaan sumber daya alam yang melimpah, salah satunya adalah bahan tambang. Tidak dapat dipungkiri lagi, industri pertambangan di Indonesia tetap menjadi primadona utama bagi para investor untuk berinvestasi di dalamnya.

Perusahaan pertambangan mengeksploitasi sumber daya alam, yang sangat mungkin melakukan kerusakan terhadap lingkungan apabila menangani kegiatan

operasionalnya hanya mementingkan keuntungan. Sebagaimana yang telah kita ketahui bahwa kegiatan pertambangan di Indonesia mengalami sejarah buruk.

Ini merupakan tugas bagi perusahaan untuk menghapus pemikiran negatif dari masyarakat, dengan cara menerapkan konsep CSR yang diharapkan agar dapat lebih meningkatkan nilai perusahaan dan kelangsungan hidup perusahaan dapat terus berlanjut.

Tabel 1-1
CSR
Periode 2011-2015
(dalam rupiah)

Emiten	2011	2012	2013	2014	2015	Rata-Rata
ANTM	0,59	0,97	0,72	0,56	0,54	0,68
ARTI	0,80	0,77	0,84	0,80	0,75	0,79
ELSA	0,76	0,73	0,75	0,63	0,89	0,75
ENRG	0,63	0,66	0,61	0,61	0,57	0,62
INCO	0,97	0,43	0,80	0,76	0,63	0,72
MEDC	0,72	0,62	0,56	0,51	0,47	0,58
PSAB	0,56	0,76	0,72	0,56	0,56	0,63
RUIS	0,56	0,47	0,92	0,84	0,84	0,73
Rata-Rata	0,70	0,68	0,74	0,66	0,66	0,69

Sumber : Bursa Efek Indonesia (2016)

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa dari delapan perusahaan terdapat 5 perusahaan mengalami penurunan nilai CSR Kondisi ini akan mengakibatkan investor akan ragu dalam berinvestasi di perusahaan yang bersangkutan. Jika hal ini dibiarkan berlarut, maka pada gilirannya akan mempengaruhi kontinuitas operasional dan bisnis perusahaan hingga pada titik tertentu tidak tertutup kemungkinan perusahaan akan mengalami bangkrut. Keberhasilan suatu perusahaan dapat diukur melalui tingkat CSR yang diperoleh perusahaan itu sendiri karena tujuan utama dari perusahaan pada umumnya adalah untuk

memperoleh laba bersih yang sebesar-besarnya dan pencapaian laba bersih merupakan faktor yang menentukan (Nurdizal, 2011. hal.15).

CSR bisa dilakukan secara optimal, jika penjualan mencapai hasil yang maksimal. Untuk itu profitabilitas dapat diukur dengan membandingkan laba yang diperoleh dengan keseluruhan aktiva, karena setiap perusahaan pasti mempunyai harta (aktiva) untuk mendukung kegiatan usahanya, dimana aktiva tersebut dapat dibagi menjadi dua yaitu : aktiva lancar dan aktiva tetap. Aktiva lancar meliputi kas ditambah pos-pos lain yang seharusnya dapat diubah menjadi kas dalam waktu satu tahun, termasuk diantaranya kas dan setara kas, piutang usaha dan persediaan sedangkan aktiva tetap dibagi menjadi dua golongan yaitu aktiva tetap berwujud dan aktiva tetap tidak berwujud (Daft, 2012, hal.182).

Total Aktiva adalah total keseluruhan dari aktiva yang dimiliki perusahaan yang dihasilkan dari aktiva lancar dan aktiva tidak lancar. Dengan jumlah aset yang tinggi maka kegiatan operasional perusahaan untuk menghasilkan laba juga akan optimal (Sinamo, 2014, hal.11).

Berikut ini tabel ROA pada perusahaan *Pertambangan* periode 2011-2015 adalah sebagai berikut :

Tabel 1-2
ROA
Periode 2011-2015

Emiten	2011	2012	2013	2014	2015	Rata-Rata
ANTM	0,59	15,19	1,87	-3,52	-4,75	1,88
ARTI	0,81	3,62	4,21	1,70	0,64	2,20
ELSA	0,76	3,16	5,55	9,85	8,62	5,59
ENRG	1,00	1,33	7,48	0,80	-3,98	1,33
INCO	0,97	2,89	1,69	7,38	2,21	3,03
MEDC	0,72	3,87	18,88	0,71	0,63	4,96
PSAB	0,56	-0,43	-3,60	-13,10	15,30	-0,25
RUIS	0,56	2,16	0,33	2,46	2,32	1,57
Total	0,75	3,97	4,55	0,79	2,62	2,54

Sumber : Bursa Efek Indonesia (2016)

Dilihat dari data yang berhubungan dengan total aktiva dapat diketahui bahwa pada periode 2011-2015 total aktiva dari perusahaan Pertambangan yang mengalami penurunan ada 7 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, satu perusahaan mengalami kenaikan dan tujuh perusahaan mengalami penurunan. Kondisi ini menunjukkan bahwa besarnya aktiva yang dimiliki perusahaan seharusnya dapat memberikan kontribusi yang tinggi pada peningkatan laba. Namun, hal ini tidak sesuai dengan kondisi yang terjadi, sehingga dapat disimpulkan bahwa peningkatan aktiva tidak mampu memberikan kontribusi pada peningkatan laba.

Dalam hal perolehan aktiva perusahaan sudah dapat dikatakan bagus, karena harta yang dimiliki dapat ditingkatkan. Namun harta yang meningkat juga tidak menjamin laba ikut meningkat karena jika perputaran dari harta tersebut meningkat tetapi tidak diikuti dengan peningkatan pada laba maka akan mengakibatkan laba suatu perusahaan menurun, tujuan jangka pendek perusahaan tidak tercapai, aktivitas perusahaan menjadi terganggu dan tujuan jangka panjang

tidak dapat terealisasi. Sehingga untuk dapat mengatasi hal tersebut perusahaan dapat melakukannya dengan menekan serta mengendalikan biaya operasional perusahaan, menaikkan tingkat laba, mengatasi persaingan yang semakin tajam antara perusahaan sejenis, serta perlu adanya kebijaksanaan dari pimpinan perusahaan dalam menetapkan suatu standar profit yang harus dicapai pada periode yang mendatang (Kasmir, 2012, hal.201).

Jika pada perusahaan *Pertambangan* jumlah penjualannya mengalami peningkatan maka laba juga akan meningkat dan sebaliknya jika penjualan mengalami penurunan maka laba juga akan menurun.

Berikut ini tabel aktiva lancar pada beberapa perusahaan *Pertambangan* periode 2011-2015 adalah sebagai berikut :

Tabel 1-3
PBV
Periode 2011-2015
(dalam rupiah)

Emiten	2011	2012	2013	2014	2015	Rata-Rata
ANTM	1,56	0,95	0,81	0,84	0,41	0,91
ARTI	1,66	0,48	0,31	0,17	0,78	0,68
ELSA	0,28	0,62	1,05	2,04	0,68	0,93
ENRG	0,50	0,29	0,39	0,27	0,48	0,39
INCO	1,40	1,25	1,60	0,64	1,12	1,20
MEDC	1,04	0,67	0,64	0,64	0,71	0,74
PSAB	5,21	1,37	0,57	0,85	0,82	1,76
RUIS	0,80	0,05	0,56	0,59	0,53	0,51
Total	1,56	0,71	0,74	0,76	0,69	0,89
Rata-rata	1,56	0,71	0,74	0,76	0,69	0,91

Sumber : Bursa Efek Indonesia (2016)

Dari tabel diatas terlihat data PBV yang menunjukkan, bahwa pada periode 2011-2015 nilai PBV terdapat 5 perusahaan pertambangan yang mengalami penurunan. Hal ini menunjukkan peningkatan harga saham perusahaan

tidak diikuti dengan peningkatan nilai buku saham. Seharusnya peningkatan harga saham apabila dapat diubah menjadi nilai buku saham akan mampu menjamin harga sahamnya. Maka perusahaan dapat dikatakan likuid namun kenyataannya hal itu tidak dapat meningkatkan nilai PBV. Karena peningkatan PBV dapat dicapai apabila terjadi penurunan hutang yang ditanggung oleh perusahaan disebabkan tingkat kas yang lebih rendah akan mengurangi jumlah penyebut nilai PBV.

Beberapa penelitian tentang pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan telah dilakukan oleh beberapa peneliti yang sebelumnya. Penelitian yang sebelumnya dilakukan oleh Nurlela dan Islahuddin (2008) yang meneliti tentang pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan menggunakan persentase kepemilikan manajerial sebagai variable moderasi dan menunjukkan bahwa : (1) CSR berpengaruh simultan terhadap persentase kepemilikan manajemen, (2) hanya persentase kepemilikan manajemen yang berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kemudian hasil penelitian yang berbeda di tunjukkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Kusumadilaga (2010) yang menunjukkan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas sebagai variabel moderasi tidak dapat mempengaruhi hubungan antara CSR dan nilai perusahaan.

Hasil penelitian yang berbeda oleh Putri (2011) yang menunjukan bahwa secara parsial, variabel independen yang diteliti yaitu CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Pengujian selisih nilai mutlak menunjukkan bahwa kebijakan struktur modal merupakan variabel pemoderasi.

Selanjutnya hasil penelitian yang berbeda ditunjukkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Agustine (2014) yang menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Persentase Kepemilikan Manajemen dan Profitabilitas sebagai variabel moderasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan pada hal tersebut, peneliti ingin mencoba melakukan penelitian kembali. Maka peneliti melakukan penelitian dengan judul : **“Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Pada periode 2011-2015 CSR dari perusahaan pertambangan terdapat 5 perusahaan yang mengalami penurunan yang tidak diikuti oleh penurunan nilai PBV.
2. Pada periode 2011-2015 nilai ROA dari perusahaan pertambangan perusahaan terdapat 7 perusahaan mengalami penurunan yang tidak diikuti dengan penurunan nilai PBV.
3. Pada periode 2011-2015 PBV dari perusahaan pertambangan terdapat 5 perusahaan mengalami penurunan yang tidak diikuti dengan penurunan harga saham.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ?
3. Apakah profitabilitas memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan nilai perusahaan ?

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui :

1. Untuk menganalisis *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI.
2. Untuk menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
3. Pengaruh Profitabilitas sebagai variabel *moderating* dalam hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan nilai perusahaan.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini antara lain :

1. Bagi Penulis

Sebagai tambahan pengetahuan dan wawasan, serta dapat mengetahui dan mempelajari mengenai *Corporate Social Responsibility*, Nilai Perusahaan, dan Profitabilitas Perusahaan.

2. Bagi Praktis

Sebagai dasar pertimbangan dan masukan bagi pihak perusahaan baik dalam menjalankan aktivitas maupun dalam mengambil sebuah keputusan manajemen di masa yang akan datang.

3. Bagi Teoritis

Diharapkan dapat menjadi referensi dalam melakukan penelitian berikutnya, sehingga dapat dijadikan perbandingan untuk di masa yang akan datang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. *Corporate Social Responsibility* (CSR)

a. Pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Pertanggungjawaban sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan stakeholders, yang melebihi tanggungjawab organisasi di bidang hukum.

Menurut Nurdizal, (2011. hal.15), CSR adalah upaya sungguh – sungguh dari entitas bisnis untuk meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif operasinya terhadap seluruh pemangku kepentingan dalam ranah ekonomi, sosial, dan lingkungan agar mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan.

Menurut Kotler dalam Nurdizal (2011:16), CSR adalah “*A commitment to improve community well-being through discretionary business practices and contributions of corporate resource*”.

Berdasarkan apa yang diungkapkan Philip Kotler tersebut, CSR merupakan sesuatu yang perlu dilakukan, seandainya tidak akan berakibat tidak baik pada perusahaan itu sendiri. Di sini terlihat bahwa CSR dilaksanakan masih sebagai hal yang perlu bukan suatu kewajiban atau suatu peraturan yang

diharuskan. Sedangkan di Indonesia saat ini, pelaksanaan CSR merupakan suatu hal yang wajib dilaksanakan. Hal tersebut diatur dalam UU Perseroan.

Perusahaan dalam menjalankan kegiatan bisnisnya perlu memiliki prioritas dan strategi. Eksistensi perusahaan dan pencapaian laba jangka panjang merupakan prioritas perusahaan. Perusahaan dalam mencapai prioritas tersebut memerlukan strategi.

Menurut Nurdizal (2011, hal.16)

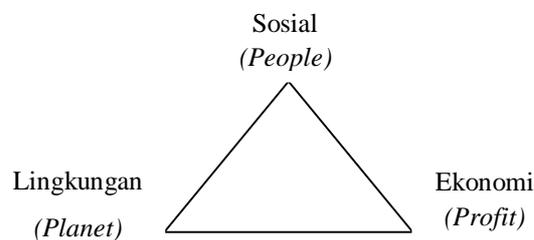
Kemampuan menghasilkan laba jangka panjang hanya akan terealisasi apabila keberadaan perusahaan dapat berguna dan didukung oleh *stakeholder*. Dukungan *stakeholder* akan terwujud jika dampak negatif pada ranah sosial, ekonomi, dan lingkungan bukan hanya dapat diminimalisir, tetapi justru dapat memberikan dampak positif yang besar bagi *stakeholder*.

Menurut Daft (2012, hal.182) Adapun pengertian lain dari tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) adalah kewajiban manajemen untuk membuat keputusan dan melakukan tindakan yang akan meningkatkan kesejahteraan dan kepentingan masyarakat serta perusahaan.

Sebagai sebuah konsep yang makin populer, *Corporate Social Responsibility* (CSR) ternyata belum memiliki definisi yang tunggal. Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) 1995 – Lembaga Internasional dalam publikasinya “*Making Good Business Sense*”.

Wibisono (2007, hal.7) mendefinisikan bahwa *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen dunia bisnis untuk terus-menerus bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi berkelanjutan, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya sekaligus juga peningkatan kualitas komunitas lokal dan masyarakat secara lebih luas.

Konsep *Triple Bottom Line* yang dipopulerkan oleh Jhon Elkington dalam Wibisono (2007, hal.32) memberi pandangan bahwa perusahaan yang ingin berkelanjutan, haruslah memperhatikan “3P”. Selain mengejar *profit*, Perusahaan juga harus memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*), dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*). Hubungan ini kemudian diilustrasikan dalam bentuk segitiga seperti berikut :



Gambar 2.1
Triple Bottom Line (3P)

Sumber : Wibisono, *Membedah Konsep & Aplikasi CSR*. Fascho Publishing, Jakarta, 2007.

Dalam gagasan tersebut, perusahaan tidak hanya bertanggung jawab pada aspek ekonominya saja, namun juga harus memperhatikan pada aspek sosial dan lingkungannya. Konsep CSR akan lebih mudah dipahami, dengan menanyakan kepada siapa sebenarnya pengelola perusahaan (manajer) bertanggung jawab.

Menurut Friedman (Solihin, 2009, hal.6) tanggung jawab sosial perusahaan adalah menjalankan bisnis sesuai dengan keinginan pemilik perusahaan (*owners*), biasanya dalam bentuk menghasilkan uang sebanyak mungkin dengan senantiasa mengindahkan aturan dasar yang digariskan dalam suatu masyarakat sebagaimana diatur oleh hukum dan perundang-undangan. Dengan demikian, tujuan utama dari suatu perusahaan korporasi adalah memaksimalkan laba atau nilai pemegang saham.

Meskipun pengertiannya lugas, CSR dapat menjadi sebuah konsep yang sulit dipahami karena orang-orang yang berbeda memiliki keyakinan yang berbeda mengenai tindakan apa yang bisa meningkatkan kesejahteraan rakyat.

Konsep *Corporate Social Responsibility* melibatkan tanggung jawab kemitraan antara pemerintah, lembaga sumberdaya masyarakat, serta komunitas setempat (lokal). Kemitraan ini merupakan tanggung jawab bersama secara sosial antara *stakeholders*.

Menurut Wibisono (2007, hal.72) Setidaknya ada tiga alasan penting mengapa kalangan dunia usaha dapat merespon dan mengembangkan isu tanggung jawab sosial sejalan dengan operasi usahanya. *Pertama*, perusahaan adalah bagian dari masyarakat, maka wajar bila perusahaan memperhatikan kepentingan masyarakat. Karena perusahaan harus menyadari bahwa mereka beroperasi dalam suatu tatanan lingkungan masyarakat. *Kedua*, kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat simbiosis mutualisme. *Ketiga*, kegiatan CSR ini salah satu cara untuk meredam atau bahkan menghindari konflik sosial.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut Apriwenni (2009) faktor yang mempengaruhi CSR adalah:

- 1) Komitmen Pimpinan Perusahaan (*Organizational responsibility*), tanggung jawab perusahaan untuk memenuhi perubahan kebutuhan *stakeholder* seperti: pekerja, konsumen, pemegang saham dan masyarakat sekitarnya.
- 2) Ukuran dan Kematangan Perusahaan
Menjelaskan tahapan ketika interaksi antara bisnis dan kekuatan lain dalam masyarakat yang demikian kuat sehingga perusahaan dapat tumbuh dan berkembang secara berkesinambungan.
- 3) Regulasi dan Sistem Perpajakan yang diatur Pemerintah
Merupakan tanggung jawab sosial yang muncul karena keberadaan perusahaan tersebut, contohnya kewajiban membayar pajak, mematuhi hukum, memenuhi standar pekerjaan, dan memuaskan pemangku kepentingan. Agen pemerintah yang tidak selamanya menjalankan kesejahteraan masyarakat secara memuaskan melalui pajak sehingga untuk mengatasinya pemerintah bisa melakukan intervensi dalam bentuk regulasi, subsidi atau metode sejenisnya.

c. Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut Lako (2011, hal.90) Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), meskipun dalam jangka pendek menguras kas dan menurunkan laba, tetapi dalam jangka panjang ternyata mendatangkan banyak manfaat ekonomi bagi perusahaan :

- 1) Sebagai investasi sosial yang menjadi sumber keunggulan kompetitif perusahaan dalam jangka panjang.
- 2) Memperkokoh profitabilitas dan kinerja keuangan perusahaan.
- 3) Meningkatkan akuntabilitas dan apresiasi positif dari komunitas investor, kreditor, pemasok, dan konsumen.
- 4) Meningkatkan komitmen, etos kerja, efisiensi, dan produktifitas karyawan.
- 5) Menurunnya kerentanan gejolak sosial dan resistensi dari komunitas sekitarnya karena diperhatikan dan dihargai perusahaan.
- 6) Meningkatkan reputasi, *goodwill* dan nilai perusahaan dalam jangka panjang.

Menurut Susanto dalam Sinamo, (2014:11) Dari sisi perusahaan, terdapat berbagai manfaat yang dapat diperoleh dari aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan :

- 1) Mengurangi risiko dan tuduhan terhadap perlakuan tidak pantas yang diterima perusahaan. Perusahaan yang menjalankan tanggung jawab sosialnya secara konsisten akan mendapat dukungan luas dari komunitas yang merasakan manfaat dari berbagai aktivitas yang dijalankannya.
- 2) CSR dapat berfungsi sebagai pelindung dan membantu perusahaan meminimalkan dampak buruk yang diakibatkan suatu krisis. Ketika perusahaan diterpa kabar miring atau bahkan ketika perusahaan melakukan kesalahan, masyarakat lebih mudah memahami dan memaafkannya.
- 3) Keterlibatan dan kebanggaan karyawan. Karyawan akan merasa bangga bekerja pada perusahaan yang memiliki reputasi yang baik, yang secara konsisten melakukan upaya-upaya untuk membantu meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitarnya.
- 4) CSR yang dilaksanakan secara konsisten akan mampu memperbaiki dan mempererat hubungan antara perusahaan

dengan para *stakeholder*-nya. Pelaksanaan CSR secara konsisten menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kepedulian terhadap pihak-pihak yang selama ini berkontribusi terhadap lancarnya berbagai aktivitas serta kemampuan yang mereka raih.

- 5) Meningkatnya penjualan seperti konsumen akan lebih menyukai produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang konsisten menjalankan tanggung jawab sosialnya sehingga memiliki reputasi yang baik.

d. Indikator *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Alasan utama mengapa suatu pengungkapan diperlukan adalah agar pihak investor dapat melakukan suatu *informed decision* dalam pengambilan keputusan investasi. Berkaitan dengan keputusan investasi, investor memerlukan tambahan informasi non keuangan. Kebutuhan itu didorong oleh adanya perubahan manajerial yang menyebabkan terjadinya perluasan kebutuhan investor akan informasi baru yang mampu menginformasikan hal-hal yang bersifat kualitatif yang berkaitan dengan perusahaan. Informasi kualitatif dipandang memiliki nilai informasi yang mampu menjelaskan fenomena yang terjadi, dan tindakan apa yang akan diambil oleh manajemen terhadap fenomena tersebut. Informasi kualitatif ini dapat diungkapkan dalam laporan tahunan (*annual report*) perusahaan.

Menurut Nurlala dan Islahuddin (2008:7) Pertanggung jawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting*. *Sustainability Reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). *Sustainability Reporting* meliputi pelaporan mengenai ekonomi, lingkungan dan pengaruh sosial terhadap kinerja organisasi.

Setiap tahap pengelolaan CSR harus didasari kajian dan penilaian saksama. Hasil kajian yang baik akan mendukung perumusan rencana kegiatan

yang andal (www.csrindonesia.com). Kajian dan Penilaian (*Assessment*) itu meliputi :

- 1) Penilaian Sosial dan Lingkungan untuk Pengambilan Keputusan Investasi (*Social and Environmental Aspects of Investment Screening*),
- 2) Penilaian Dampak Sosial dan Lingkungan Proyek (*Social and Environmental Impacts Assessment*),
- 3) Survei Data Dasar (*Baseline Survey*),
- 4) Penilaian Kebutuhan Masyarakat (*Community Needs Assessments*),
- 5) Pemetaan Isu Strategis dan Pemangku Kepentingan (*Strategic Issues and Stakeholder Mapping*), dan
- 6) Kajian Kebijakan dan Manajemen Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Review on CSR Policy and Management*).

Hendriksen dan Widjajant dalam Agustine (2014, hal.43), mendefinisikan pengungkapan (*disclosure*) sebagai penyajian sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian secara optimal pasar modal yang efisien. Pengungkapan ada yang bersifat wajib (*mandatory*), yaitu pengungkapan informasi wajib dilakukan oleh perusahaan yang didasarkan pada peraturan atau standar tertentu, dan ada yang bersifat sukarela (*voluntary*) yang merupakan pengungkapan informasi melebihi persyaratan minimum dari peraturan yang berlaku.

Setiap unit/pelaku ekonomi selain berusaha untuk kepentingan pemegang saham dan mengkonsentrasikan diri pada pencapaian laba juga mempunyai tanggung jawab sosial, dan hal itu perlu diungkapkan dalam laporan tahunan, sebagaimana dinyatakan oleh Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 (Revisi 1998) Paragraf kesembilan :

Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added*)

statement), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting.

Pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan umumnya bersifat *voluntary* (sukarela), *unaudited* (belum diaudit), dan *unregulated* (tidak dipengaruhi oleh peraturan tertentu).

Glouter dalam Nurlela dan Islahuddin (2008:6) menyebutkan tema – tema yang termasuk dalam wacana Akuntansi Pertanggung jawaban sosial adalah:

- 1) Kemasyarakatan
Tema ini mencakup aktivitas kemasyarakatan yang diikuti oleh perusahaan, misalnya aktivitas yang terkait dengan kesehatan, pendidikan dan seni serta pengungkapan aktivitas kemasyarakatan lainnya.
- 2) Ketenagakerjaan
Tema ini meliputi dampak aktivitas perusahaan pada orang-orang dalam perusahaan tersebut. Aktivitas tersebut meliputi : rekrutmen, program pelatihan, gaji dan tuntutan, mutasi dan promosi dan lainnya.
- 3) Produk dan Konsumen
Tema ini melibatkan aspek kualitatif suatu produk atau jasa, antara lain kegunaan durability, pelayanan, kepuasan pelanggan, kejujuran dalam iklan, kejelasan/kelengkapan isi pada kemasan, dan lainnya.
- 4) Lingkungan Hidup
Tema ini meliputi aspek lingkungan dari proses produksi, yang meliputi pengendalian polusi dalam menjalankan operasi bisnis, pencegahan dan perbaikan kerusakan lingkungan akibat pemrosesan sumber daya alam dan konversi sumber daya alam.

Martin Freedman dalam Kusumadilaga (2010, hal.17) mengatakan bahwa ada tiga pendekatan dalam pelaporan kinerja sosial, yaitu :

- 1) Pemeriksaan Sosial (*Social Audit*)
Pemeriksaan sosial mengukur dan melaporkan dampak ekonomi, sosial dan lingkungan dari program-program yang berorientasi sosial dari operasi-operasi yang dilakukan perusahaan. Pemeriksaan sosial dilakukan dengan membuat suatu daftar aktivitas-aktivitas perusahaan yang memiliki konsekuensi sosial,

lalu auditor sosial akan mencoba mengestimasi dan mengukur dampak-dampak yang ditimbulkan oleh aktivitas-aktivitas tersebut.

2) Laporan Sosial (*Social Report*)

Berbagai alternatif format laporan untuk menyajikan laporan sosial telah diajukan oleh para akademis dan praktisioner. Pendekatan-pendekatan yang dapat dipakai oleh perusahaan untuk melaporkan aktivitas-aktivitas pertanggungjawaban sosialnya ini dirangkum oleh Dilley dan Weygandt menjadi empat kelompok sebagai berikut:

- a) *Inventory Approach*, Perusahaan mengkompilasikan dan mengungkapkan sebuah daftar yang komprehensif dari aktivitas-aktivitas sosial perusahaan. Daftar ini harus memuat semua aktivitas sosial perusahaan baik yang bersifat positif maupun negatif.
- b) *Cost Approach*, Perusahaan membuat daftar aktivitas-aktivitas sosial perusahaan dan mengungkapkan jumlah pengeluaran pada masing-masing aktivitas tersebut.
- c) *Program Management Approach*, Perusahaan tidak hanya mengungkapkan aktivitas-aktivitas pertanggungjawaban sosial tetapi juga tujuan dari aktivitas tersebut serta hasil yang telah dicapai oleh perusahaan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan itu.
- d) *Cost Benefit Approach*, Perusahaan mengungkapkan aktivitas yang memiliki dampak sosial serta biaya dan manfaat dari aktivitas tersebut. Kesulitan dalam penggunaan pendekatan ini adalah adanya kesulitan dalam mengukur biaya dan manfaat sosial yang diakibatkan oleh perusahaan terhadap masyarakat.

3) Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan (*Disclosure In Annual Report*)

Pengungkapan sosial adalah pengungkapan informasi tentang aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan lingkungan sosial perusahaan. Pengungkapan sosial dapat dilakukan melalui berbagai media antara lain laporan tahunan, laporan interim/laporan sementara, prospektus, pengumuman kepada bursa efek atau melalui media masa. Perusahaan cenderung untuk mengungkapkan informasi yang berkaitan dengan aktivitasnya dan dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan tersebut.

Darwin dalam Kusumadilaga (2010, hal.20), mengatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* terbagi menjadi 3 kategori yaitu kinerja ekonomi, kinerja lingkungan dan kinerja sosial. Sedangkan dalam penelitian ini

mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan pelaporan sosial perusahaan berdasarkan standar GRI (*Global Reporting Initiative*).

Global Reporting Initiative (GRI) adalah sebuah jaringan berbasis organisasi yang telah memelopori perkembangan dunia, paling banyak menggunakan kerangka laporan keberlanjutan dan berkomitmen untuk terus-menerus melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia (www.globalreporting.org).

Berikut adalah indikator pengungkapan CSR berdasarkan standar GRI :

Tabel II.1
Indikator CSR Menurut GRI

INDIKATOR	KINERJA EKONOMI
Kinerja	Ekonomi
EC 1	Nilai ekonomi yang dihasilkan dan didistribusikan secara langsung, termasuk pendapatan, biaya operator, kompensasi kepada karyawan, donasi dan investasi ke masyarakat, laba ditahan serta pembayaran ke penyedia modal pemerintah
EC 2	Implikasi keuangan dan berbagai risiko dan peluang untuk segala aktivitas perusahaan dalam menghadapi perubahan iklim.
EC 3	Daftar cukupan kewajiban perusahaan dalam perencanaan benefit yang sudah ditetapkan.
EC 4	Bantuan keuangan finansial signifikan yang diperoleh dari pemerintah
Keberadaan	Pasar
EC 5	Parameter standart upah karyawan dijenjang awal dibandingkan dengan upah karyawan minimum yang berlaku pada lokasi operasi tertentu.
EC 6	Kebijakan, penerapan dan pembagian pembelanjaan pada subkontraktor (mitra kerja) setempat yang ada di berbagai lokasi operasi.
EC 7	Prosedur penerimaan tenaga kerja lokal dan beberapa orang dilevel manajemen senior yang diambil dari komunikasi setempat di beberapa lokasi operasi.

Dampak	Ekonomi Tidak Langsung
EC 8	Pengembangan dan dampak dari investasi infrastruktur dan pelayanan yang disediakan terutama bagi kepentingan publik melalui perdagangan, jasa dan pelayanan ataupun yang sifatnya pro bono.
EC 9	Pemahaman dan penjelasan atas dampak ekonomi secara tidak langsung termasuk luasan dampak.
INDIKATOR	KINERJA BIDANG LINGKUNGAN
Material	
EN 1	Material yang digunakan dan diklasifikasikan berdasarkan berat dan ukuran .
EN	Persentase material bahan daur ulang yang digunakan
Energi	
EN 3	Pemakaian energi yang berasal dari sumber energi yang utama baik secara langsung maupun tidak langsung.
EN 4	Pemakaian energi yang berasal dari sumber utama secara tidak langsung
EN 5	Energi yang berhasil dihemat berkat adanya efisiensi dan konservasi yang lebih baik.
EN 6	Inisiatif penyediaan produk dan jasa yang menggunakan energi efisien atau sumber daya terbaru serta pengurangan penggunaan energi sebagai dampak dari inisiatif ini.
EN 7	Inisiatif dalam hal pengurangan pemakaian energi secara tidak langsung dan pengurangan yang berhasil dilakukan.
Air	
EN 8	Total pemakaian air dari sumbernya.
EN 9	Pemakaian air yang memberi dampak cukup signifikan dari sumber mata air.
EN10	Persentase dan total jumlah air yang didaur ulang dan digunakan kembali
Keanekaragaman Hayati	
EN 11	Lokasi dan luas lahan yang dimiliki, disewakan , di kelola atau yang berdekatan dengan area yang dilindungi dan area dengan nilai keanekaragaman hayati yang tinggi diluar area yang dilindungi.

EN 12	Deskripsi dampak signifikan yang ditimbulkan oleh aktivitas produk dan jasa pada keanekaragaman hayati yang ada di wilayah yang dilindungi serta area dengan nilai keanekaragaman hayati diluar wilayah yang dilindungi.
EN 13	Habitat yang dilindungi atau dikembalikan kembali
EN 14	Strategi, aktivitas saat ini dan rencana masa depan untuk mengelola dampak terhadap keanekaragaman hayati
EN 15	Jumlah spesies yang termasuk dalam data konservasi nasional dan habitat di wilayah yang terkena dampak operasi, berdasarkan resiko kepunahan.
Emisi, Effluent, dan Limbah	
EN 16	Total emisi gas rumah kaca secara langsung dan tidak langsung yang diukur berdasarkan berat.
EN 17	Emisi gas rumah kaca secara tidak langsung dan relevan yang diukur berdasarkan berat.
EN 18	Inisiatif untuk mengurangi gas rumah kaca dan pengurangan yang berhasil dilakukan.
EN 19	Emisi dan substansi perusak lapisan ozon yang diukur berdasarkan berat.
EN 20	NO, SO dan emisi udara lain yang signifikan dan diklasifikasikan berdasarkan jenis dan berat.
EN 21	Total air yang dibuang berdasar kualitas dan tujuan
EN 22	Total berat dari limbah yang diklasifikasikan berdasarkan jenis dan metode pembuangan.
EN 23	Total biaya dan jumlah yang tumpah
EN 24	Berat dari limbah yang ditransportasikan, di inport, dieksport atau diolah yang diklasifikasikan berbahaya berdasarkan Basel Convention Amex I,II,III, dan VIII, dan persentase limbah yang dikapal kan secara international.
EN 25	Identitas, ukuran, status yang dilindungi dan nilai keaneka ragaman hayati yang terkandung didalam air dan habitat yang ada disekitarnya
Produk	dan Jasa.
EN 26	Inisiatif untuk mengurangi dampak buruk pada lingkungan yang diakibatkan oleh produk dan jasa dan memperluas dampak dari inisiatif ini.
EN 27	Persentase dari produk yang terjual dan materi kemasan dikembalikan berdasarkan katagori.
Kesesuaian	

EN 28	Nilai moneter dari denda dan jumlah biaya sanksi-sanksi akibat adanya pelanggaran terhadap peraturan dan hukum lingkungan hidup.
Transport	
EN 29	Dampak signifikan terhadap lingkungan yang diakibatkan adanya transportasi, benda lain dan materi yang digunakan perusahaan dalam operasinya mengirim para pegawainya.
Keselarasn	
EN 30	Jumlah biaya untuk perlindungan lingkungan dan investasi berdasarkan jenis kegiatan.
Indikator	Praktek Tenaga kerja dan Kinerja Pekerja yang Layak
LA 1	Komposisi tenaga kerja berdasarkan tipe pekerjaan, kontrak kerja dan lokasi
LA2	Jumlah total rata-rata turnover tenaga kerja berdasarkan kelompok usia,
LA 3	Benefityang diberikan kepada pegawai tetap
Hubungan	Tenaga Kerja/ Manajemen
LA 4	Persentase pegawai yang dijamin oleh ketetapan hasil negosiasi yang
LA 5	Batas waktu minimum pemberitahuan yang terkait mengenai perubahan
Keselamatan	dan Keselamatan Kerja
LA 6	Persentase total pegawai yang ada dalam struktur formal manajemen,
LA 7	Tingkat dan jumlah kecelakaan, jumlah hari hilang, dan tingkat absensi
LA 8	Program pendidikan, pelatihan, pembimbingan, pencegahan, dan pengendalian resiko diadakan untuk membantu pegawai, keluarga mereka dan lingkungan sekitar dalam menanggulangi penyakit serius.
LA 9	Hal-hal mengenai keselamatan dan kesehatan kerja tercantum secara formal dan tertulis dalam sebuah perjanjian bersa serikat pekerja
Pendidikan	dan Pelatihan
LA 10	Jumlah waktu rata-rata untuk pelatihan setiap tahunnya , setiap pegawai berdasarkan katagori pegawai
LA 11	Program keterampilan manajemen dan pendidikan jangka panjang yang mendukung kecakapan para pegawai dan memmbantu mereka untuk terus berkarya.
LA 12	Persentase para pegawai yang menerima penilaian pegawai atas peforma dan perkembangan mereka secara berkala.

	Keaneekaragaman dan Kesempatan Yang Sama
LA 13	Komposisi badan tata kelola dan penjabaran pegawai berdasarkan katagori, jenis kelamin, usia, kelompok minoritas dan indikasi
LA 14	Perbandingan upah standart antara pria dan wanita berdasarkan katagori pegawai.
	INDIKATOR KINERJA HAK ASASI MANUSIA
Praktik	Investasi dan Pengadaan
HR 1	Persentase dan total jumlah perjanjian investasi yang ada dan mencakup pasal mengenai hak asasi manusia atau telah melalui evaluasi mengenai hak asasi manusia.
HR 2	Persentase dari mitra kerja dan pemasok yang telah melalui proses seleksi berdasarkan prinsip-prinsip HAM yang telah dijalankan
HR 3	Total jumlah waktu pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur yang terkait dengan aspek HAM yang berhubungan dengan prosedur kerja, termasuk persentase pegawai yang dilatih.
	Non-Diskriminasi
HR 4	Total jumlah kasus diskriminasi dan langkah penyelesaian masalah yang diambil
Kebebasan Berserikat dan Daya Tawar Kelompok	
HR 5	Prosedur kerja yang teridentifikasi dimana hak untuk melatih kebebasan berserikat dan perundingan bersama menjadi berisiko dan langkah yang diambil untuk mendukung hak kebebasan berserikat tersebut.
Tenaga Kerja Anak	
HR 6	Prosedur kerja yang teridentifikasi memiliki risiko akan adanya pekerja anak dan langkah yang diambil untuk menghapuskan pekerja anak
Pegawai Tetap dan Kontrak	
HR 7	Prosedur kerja yang teridentifikasi memiliki risiko akan adanya pegawai tetap dan kontrak, dan langkah yang diambil untuk menghapuskan pegawai tetap.

Praktik keselamatan	
HR 8	Persentase petugas keamanan yang dilatih sesuai dengan kebijakan atau prosedur perusahaan yang terkait dengan aspek HAM dan prosedur kerja.
Hak Masyarakat (Adat)	
HR 9	Total jumlah kasus pelanggaran yang berkaitan dengan hak masyarakat adat dan langkah yang diambil.
INDIKATOR KINERJS KEMASYARAKATAN	
Kemasyarakatan	
SO 1	Sifa, cakupan, dan keefektifan atas program & kegiatan apapun yang menilai & mengelola dampak operasi terhadap masyarakat, termasuk saat memasuki wilayah operasi, selama beroperasi & pasca operasi.
Korupsi	
SO 2	Persentase dan total jumlah unit usahayang dianalisa memiliki resiko terkait tindakan penyuapan dan korupsi
SO 3	Persentase jumlah pegawai yang dilatih dalam prosedur dan kebijakan perusahaan terkait penyuapan dan korupsi
SO 4	Langkah yang diambil dalam mengatasi kasus tindakan penyuapan dan korupsi
Kebijakan Publik	
SO 5	Deskripsi kebijakan umum dan kontribusi dalam pengembangan kebijakan umum dan prosedur lobi
SO 6	Perolehan keuntungan secara financial dan bentuk keuntungan lainnya yang diperoleh dari hasil kontribusi kepada partai politik, politisi dan instansi terkait oleh Negara
Perilaku anti Persaingan	
SO 8	Nilai moneter dari denda dan jumlah biaya sanksi-sanksi akibat pelanggaran hukum dan kebijakan.

INDIKATOR KINERJA TANGGUNG JAWAB DARI DAMPAK PRODUK	
Keselamatan dan kesehatan Konsumen	
PR 1	Proses dan tahapan kerja dalam mempertahankan kesehatan dan keselamatan konsumen dalam penggunaan produk atau jasa yang dievaluasi untuk perbaikan dan persentase dari katagori produk dan jasa yang terkait dalam prosedur tersebut.
PR 2	Jumlah total kasus pelanggaran kebijakan dan mekanisme kepatuhan yang terkait dengan kesehatan dan keselamatan konsumen dalam keseluruhan proses, diukur berdasarkan hasil akhirnya.
Labelling Produk dan jasa	
PR 3	Jenis informasi produk dan jasa yang dibutuhkan dalam prosedur kerja, dan persentase produk dan jasa yang terkait dalam prosedur tersebut.
PR 4	Jumlah total kasus pelanggaran kebijakan dan mekanisme kepatuhan yang terkait dengan informasi produk dan jasa dan pelabelan, diukur berdasarkan hasil akhirnya.
PR 5	Praktek-praktek yang terkait dengan kepuasan konsumen, termasuk hasil survey evaluasi kepuasan konsumen.
Komunikasi Pemasaran	
PR 6	Program-program yang mendukung adanya standar hukum dan mekanisme kepatuhan yang terkait dengan komunikasi penjualan, termasuk iklan, promosi dan bentuk kerjasama, diukur berdasarkan hasil akhirnya.
PR 7	Jumlah total khusus pelanggaran kebijakan dan mekanisme kepatuhan yang terkait dengan komunikasi penjualan, termasuk iklan, promosi dan bentuk kerjasama, diukur berdasarkan hasil akhirnya.
Privasi Konsumen	
PR 8	Jumlah total pengaduan yang tervalidasi yang berkaitan dengan pelanggaran privasi konsumen dan data konsumen yang hilang.
Kesesuaian	
PR 9	Nilai moneter dari denda dan jumlah biaya sanksi-sanksi akibat pelanggaran hukum dan kebijakan yang terkait dengan pengadaan dan penggunaan produk dan jasa

Daftar pengungkapan sosial yang berdasarkan standar GRI juga pernah digunakan oleh Dahli dan Siregar dalam Kusumadilaga (2010:21), dengan menggunakan 6 indikator pengungkapan yaitu : ekonomi, lingkungan, tenaga kerja, hak asasi manusia, sosial dan produk. Indikator-indikator yang terdapat di dalam GRI yang digunakan dalam penelitian yaitu :

- 1) Indikator Kinerja Ekonomi (*economic performance indicator*)
- 2) Indikator Kinerja Lingkungan (*environment performance indicator*)
- 3) Indikator Kinerja Tenaga Kerja (*labor practices performance indicator*)
- 4) Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia (*human rights performance indicator*)
- 5) Indikator Kinerja Sosial (*social performance indicator*)
- 6) Indikator Kinerja Produk (*product responsibility performance indicator*).

2. Nilai Perusahaan

a. Pengertian Nilai Perusahaan

Menurut Harmono (2009, hal.233) Nilai perusahaan adalah kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran dipasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan

Menurut Nurlala dan Islahuddin (2008, hal.7) Nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar, karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran bagi pemegang saham secara maksimal apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi kemakmuran pemegang saham. Untuk mencapai nilai perusahaan umumnya para pemodal menyerahkan pengelolaannya kepada para profesional. Para profesional diposisikan sebagai manajer ataupun komisaris.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan

Anoraga (2001, hal.88) berpendapat bahwa informasi yang dibutuhkan oleh investor dalam pengambilan investasi di pasar modal ada tiga jenis informasi utama diantaranya informasi berupa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu:

1) Faktor Fundamental

Informasi yang bersifat fundamental merupakan informasi yang berkaitan dengan keadaan perusahaan, kondisi umum industri yang sejenis, dan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi kondisi dan prospek perusahaan di masa yang akan datang, seperti rasio keuangan, kebijakan dividen, struktur modal dan *financial leverage*.

2). Faktor Teknis

Informasi kedua berhubungan dengan faktor teknis yang penting untuk diketahui oleh para perantara pedagang efek dan para pemodal. Informasi ini mencerminkan kondisi perdagangan efek, fluktuasi kurs, volume transaksi, dan sebagainya. Informasi ini sangat penting untuk menentukan kapan suatu efek harus dibeli, dijual, atau ditukar dengan efek lain agar dapat memperoleh keuntungan yang maksimal.

3) Faktor Lingkungan

Informasi ketiga berkaitan dengan faktor lingkungan yang mencakup kondisi ekonomi, politik, dan keamanan negara. Informasi ini dapat mempengaruhi prospek perusahaan serta perkembangan perdagangan efeknya, baik secara fundamental maupun secara teknikal.

c. Manfaat Nilai Perusahaan

Pada dasarnya, tujuan manajemen keuangan adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Akan tetapi di balik tujuan tersebut masih terdapat konflik antara pemilik perusahaan dengan penyedia dana sebagai kreditur. Jika perusahaan berjalan lancar, maka nilai saham perusahaan akan meningkat, sedangkan nilai hutang perusahaan dalam bentuk obligasi tidak terpengaruh sama sekali. Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai dari saham kepemilikan bisa merupakan indeks yang tepat untuk mengukur tingkat efektifitas perusahaan.

Berdasarkan alasan itulah, maka tujuan manajemen keuangan dinyatakan dalam bentuk maksimalisasi nilai saham kepemilikan perusahaan, atau memaksimalkan harga saham. Menurut Margaretha (2011, hal.5) Tujuan memaksimalkan harga saham tidak berarti bahwa para manajer harus berupaya mencari kenaikan nilai saham dengan mengorbankan para pemegang obligasi. Nilai perusahaan dapat dilihat melalui nilai pasar atau nilai buku perusahaan dari ekuitasnya.

Menurut Christiawan dan Tarigan dalam Putri (2011, hal.10), terdapat beberapa konsep nilai yang menjelaskan nilai suatu perusahaan antara lain:

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

- 4) Nilai buku, adalah nilai perusahaan yang dihitung dengan dasar konsep akuntansi.

Menurut Harmono (2009, hal.50) Nilai perusahaan dapat diukur melalui nilai harga saham di pasar, berdasarkan terbentuknya harga saham perusahaan di pasar, yang merupakan refleksi penilaian oleh publik terhadap kinerja perusahaan secara riil. Dikatakan secara riil karena terbentuknya harga di pasar merupakan bertemunya titik-titik kestabilan kekuatan permintaan dan titik-titik kestabilan kekuatan penawaran harga yang secara riil terjadi transaksi jual beli surat berharga di pasar modal antara para penjual (emiten) dan para investor, atau sering disebut sebagai ekuilibrium pasar. Oleh karena itu, dalam teori keuangan pasar modal harga saham di pasar disebut konsep nilai perusahaan.

Samuel dalam Nurlala dan Islahuddin (200, hal.87) menjelaskan bahwa *enterprise value* (EV) atau dikenal juga sebagai *firm value* (nilai perusahaan) merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan.

Sedangkan Wahyudi dalam Nurlala dan Islahuddin (2008, hal.7) menyebutkan bahwa nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli andai perusahaan tersebut dijual.

Menurut (Astiari, *et al*, 2014, hal.2) Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Kekayaan perusahaan dan pemegang saham dan perusahaan dipresentasikan oleh harga pasar dari saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan, dan manajemen aset. Nilai perusahaan dibentuk melalui indikator nilai pasar saham sangat dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi. Adanya peluang investasi dapat memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Menurut Kusumadilaga (2010, hal.22-23) Dalam penilaian perusahaan terkandung unsur proyeksi, asuransi, perkiraan, dan *judgment*. Ada beberapa konsep dasar penilaian yaitu : nilai ditentukan untuk suatu waktu atau periode tertentu; nilai harus ditentukan pada harga yang wajar; penilaian tidak dipengaruhi oleh kelompok pembeli tertentu. Secara umum banyak metode dan teknik yang telah dikembangkan dalam penilaian perusahaan, di antaranya adalah :

- 1) Pendekatan laba antara lain metode rasio tingkat laba atau *price earning ratio*, metode kapitalisasi proyeksi laba;
- 2) Pendekatan arus kas antara lain metode diskonto arus kas;
- 3) Pendekatan dividen antara lain metode pertumbuhan dividen;
- 4) Pendekatan aktiva antara lain metode penilaian aktiva;
- 5) Pendekatan harga saham;
- 6) pendekatan *economic value added*.

Menurut Margaretha (2011, hal.4) Nilai perusahaan yang sudah *go public* tercermin dalam harga pasar saham perusahaan, sedangkan pengertian nilai perusahaan yang belum *go public* nilainya terealisasi apabila perusahaan akan dijual (total aktiva dan prospek perusahaan, risiko usaha, lingkungan usaha, dan lain-lain).

d. Indikator Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan pada penelitian diprosikan dengan *price to book value*. *Price to book value* yang tinggi akan membuat pasar percaya atas prospek perusahaan kedepan. Prospek perusahaan yang menjanjikan kebaikan dimasa mendatang, akan membuat para investor yakin terhadap dana yang ditanamnya ke perusahaan. Hal itu juga menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab nilai

perusahaan yang tinggi mengindikasikan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Rumus *Price To Book Value* :

$$\text{PBV} = \frac{\text{Harga saham}}{\text{Nilai buku saham}} \times 100\%$$

3. *Return On Asset (ROA)*

a. *Pengertian Return On Asset (ROA)*

Return On Asset (ROA) merupakan salah satu rasio profitabilitas yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. *Return On Asset (ROA)* menunjukkan kembalian atau laba perusahaan yang dihasilkan dari aktifitas perusahaan yang digunakan untuk menjalankan perusahaan. Semakin besar rasio ini maka profitabilitas perusahaan akan semakin baik.

Menurut Kasmir (2012, hal. 201) “*Return On Investment (ROI)* atau *Return On Asset (ROA)* merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan.”

Return On Asset (ROA) merupakan rasio antara laba bersih dengan keseluruhan aktiva untuk menghasilkan laba. Rasio ini menunjukkan berapa besar laba bersih yang diperoleh perusahaan diukur dari nilai aktiva. Analisis *Return On Asset (ROA)* atau sering diterjemahkan dalam bahasa Indonesia sebagai rentabilitas ekonomi, mengukur perkembangan perusahaan menghasilkan laba.

Menurut Syamsudin (2009, hal.65)

“*Return On Asset* adalah merupakan pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan di dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia didalam perusahaan”.

Tujuan akhir yang ingin dicapai suatu perusahaan yang terpenting adalah memperoleh keuntungan atau laba yang maksimal, disamping hal-hal yang lainnya, dengan memperoleh laba yang maksimal seperti yang telah ditargetkan, perusahaan dapat berbuat banyak bagi kesejahteraan perusahaan, pemilik ataupun karyawan serta meningkatkan mutu produksi dan menjalankan investasi baru. Oleh karena itu manajemen perusahaan dalam praktiknya dituntut untuk mampu memenuhi target yang telah ditetapkan. Untuk mengukur tingkat keuntungan suatu perusahaan digunakan rasio keuntungan atau rasio profitabilitas.

Lebih lanjut menurut Riyanto (2008, hal 35) menjelaskan, “Rentabilitas ekonomi ialah perbandingan antara laba usaha dengan modal sendiri dan modal asing yang dipergunakan untuk menghasilkan laba tersebut, dan dinyatakan dengan prosentase”.

Manajemen perusahaan dalam praktiknya dituntut untuk mampu memenuhi target yang telah ditetapkan. Untuk mengukur tingkat keuntungan suatu perusahaan digunakan rasio keuntungan atau rasio profitabilitas.

Menurut Brigham dan Houston (2006, hal.90), “Rasio laba bersih terhadap total aktiva mengukur pengembalian atas total aktiva (ROA) setelah bunga dan pajak.

Return On Asset (ROA) menunjukkan kembalian atau laba perusahaan yang dihasilkan dari aktifitas perusahaan yang digunakan untuk menjalankan perusahaan. Semakin besar rasio ini maka profitabilitas perusahaan akan semakin baik.

Menurut Horne dan Wachowicz (2006:235), “ROA mengukur efektivitas keseluruhan dalam menghasilkan laba melalui aktiva yang tersedia; daya untuk menghasilkan laba dari modal yang diinvestasikan

Dari beberapa teori diatas maka dapat disimpulkan bahwa *Return On Asset* (ROA) merupakan salah satu rasio profitabilitas yang menunjukkan laba perusahaan dan digunakan untuk mengukur efektifitas perusahaan didalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi ROA

Return On Asses (ROA) yang positif menunjukkan bahwa dari total aktiva yang dipergunakan untuk operasi perusahaan mampu memberikan laba bagi perusahaan. Sebaliknya jika ROA negatif menunjukkan total aktiva yang dipergunakan tidak memberikan keuntungan/rugi. *Return On Asset (ROA)*, tergantung pada sejumlah faktor, dalam kemampuan manajerial yang ada dalam perusahaan.

Menurut Munawir (2007, hal 89)

“ROA dipengaruhi oleh beberapa faktor yang berhubungan dengan penjualan, yaitu : margin laba dan perputaran aktiva. Hal ini disebabkan karna penjualan penting bagi laba, margin laba mengukur keuntungan perusahaan terhadap penjualan, perputaran aktiva mengukur efektifitas perusahaan untuk menghasilkan penjualan.”

Dari faktor-faktor yang telah disebutkan diatas, ada faktor-faktor lain yang mempengaruhi *Return On Asset* (ROA). Menurut Kasmir (2008, hal.89), ”Faktor-faktor yang mempengaruhi profitabilitas *Return On Asset* (ROA) antara lain, adalah :

- 1) Margin laba bersih
- 2) Perputaran total aktiva
- 3) Laba bersih
- 4) Penjualan
- 5) Total aktiva
- 6) Aktiva tetap
- 7) Aktiva lancar
- 8) Total biaya.”

Aktiva lancar atau yang sering disebut dengan modal kerja terdiri atas kas, surat berharga, piutang dagang dan persediaan. Sedangkan biaya-biaya terdiri atas harga pokok penjualan, biaya operasi, biaya bunga dan pajak penghasilan.

Menurut kutipan dari Brigham dan Houston (2008, hal.89), “Rasio profitabilitas (*profitability ratio*) menunjukkan pengaruh gabungan dari likuiditas, manajemen aktiva dan utang terhadap hasil operasi.”

Return On Assets (ROA) dapat membantu perusahaan yang telah menjalankan praktik akuntansi dengan baik untuk dapat mengukur efisiensi penggunaan modal yang menyeluruh, yang sensitif terhadap setiap hal yang mempengaruhi keadaan keuangan perusahaan sehingga dapat diketahui posisi perusahaan terhadap industri. Hal ini merupakan salah satu langkah dalam perencanaan strategi

Return On Assets (ROA) dipengaruhi oleh banyak factor. Menurut Simorangkir (2007, hal.78) aspek-aspek yang perlu diperhatikan agar dapat memaksimalkan *Return On Assets* (ROA) adalah *balance sheet management*, *operating management*, dan *financial management*. Ketiga aspek tersebut mengarah pada efisiensi alokasi penggunaan modal dalam bentuk aktiva serta menekan *cost money*.

Analisis *Return On assets* atau sering diterjemahkan dalam bahasa Indonesia sebagai rentabilitas ekonomi mengukur perkembangan perusahaan menghasilkan laba pada masa lalu. Analisis ini kemudian diproyeksikan ke masa mendatang untuk melihat kemampuan perusahaan menghasilkan laba pada masa-masa mendatang.

Menurut Van Horne (2006:200) Alat yang digunakan untuk menilai kondisi keuangan dan kinerja dari perusahaan adalah rasio keuangan. Jika digabungkan, dan dengan berjalannya waktu, data ini menawarkan pandangan yang sangat berharga mengenai kesehatan perusahaan, kondisi keuangan dan profitabilitasnya.

Dengan demikian *Return On Assets* juga dipengaruhi faktor-faktor *cash turn over* dan *current ratio* termasuk rasio likuiditas, manajemen aktiva, *debts ratio* termasuk manajemen hutang. Begitu juga *return on assets* termasuk rasio profitabilitas yang berguna untuk mengukur tingkat keuntungan perusahaan.

c. Manfaat *Return On Asset* (ROA)

Untuk memperoleh laba dalam pengembalian atas aset yang ada pada perusahaan, perusahaan harus memperhatikan kegunaan dan kelemahan dalam *return on asset* agar perusahaan dapat memaksimalkan laba yang di peroleh selama periode berlangsung.

Menurut Munawir (2007, hal 91-93), kegunaannya yaitu :”

- 1) Sebagai salah satu kegunaan yang prinsipil ialah sifatnya yang menyeluruh.
- 2) Apabila perusahaan dapat mempunyai data industri sehingga dapat diperoleh rasio industri.

- 3) Analisa *Return On Assets* (ROA)-pun dapat digunakan untuk mengukur efisiensi tindakan-tindakan yang dilakukan oleh divisi/bagian.
- 4) Analisa *Return On Assets* (ROA) juga dapat digunakan untuk mengukur profitabilitas dari masing-masing produk yang dihasilkan perusahaan.
- 5) *Return On Assets* (ROA) selain berguna untuk keperluan kontrol juga berguna untuk kepentingan perencanaan.

Sedangkan kelemahan yaitu :

- 1) Salah satu kelemahan yang prinsipil ialah kesukarannya dalam membandingkan *rate of return* suatu perusahaan dengan perusahaan lain yang sejenis.
- 2) Dari tehnik analisa adalah terletak pada adanya fluktuasi nilai dari uang (daya belinya).
- 3) Dengan menggunakan analisa *rate of return* atau *return on investment* saja tidak akan dapat digunakan untuk mengadakan perbandingan antara dua perusahaan atau lebih.”

Peranan *Return On Asset* dalam meningkatkan laba Rasio *Return On Asset* digunakan untuk mengukur manajemen perusahaan dalam memperoleh keuntungan (laba) secara keseluruhan. Semakin besar *Return On Assets* (ROA) yang diperoleh, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai oleh perusahaan tersebut dan semakin baik pula posisi perusahaan tersebut dari segi penggunaan asset

Wild, Subramanyam, dan Halsey (2007, hal.65) Kelebihan *Return on Assets* diantaranya sebagai berikut:

- 1) *Return On Assets* (ROA) mudah dihitung dan dipahami.
- 2) Merupakan alat pengukur prestasi manajemen yang sensitif
- 3) terhadap setiap pengaruh keadaan keuangan perusahaan.
- 4) Manajemen menitikberatkan perhatiannya pada perolehan laba
- 5) yang maksimal.
- 6) Sebagai tolok ukur prestasi manajemen dalam memanfaatkan
- 7) assets yang dimiliki perusahaan untuk memperoleh laba.
- 8) Mendorong tercapainya tujuan perusahaan.
- 9) Sebagai alat mengevaluasi atas penerapan kebijakan-kebijakan

10) manajemen.

Setiap perusahaan harus dapat mengelola aktiva secara efektif agar aktiva yang dimiliki tersebut dapat memberikan hasil yang optimal karena *Return On Asset* merupakan salah satu indikator penting untuk menilai prospek perusahaan di masa mendatang.

Disamping itu, manfaat *Return On Asset* (ROA) menurut Halim dan Supomo (2008, hal.56) adalah :

- 1) Perhatian manajemen dititik beratkan pada maksimalisasi laba atas modal yang diinvestasikan.
- 2) *Return On Assets* (ROA) dapat dipergunakan untuk mengukur efisiensi tindakan-tindakan yang dilakukan oleh setiap divisinya dan pemanfaatan akuntansi divisinya. Selanjutnya dengan ROA akan menyajikan perbandingan berbagai macam prestasi antar divisi secara obyektif. *Return On Assets* (ROA) akan mendorong divisi untuk menggunakan dalam memperoleh aktiva yang diperkirakan dapat meningkatkan *Return On Assets* (ROA) tersebut.
- 3) Analisa *Return On Assets* (ROA) dapat juga digunakan untuk mengukur profitabilitas dari masing-masing produksi yang dihasilkan oleh perusahaan.

Return On Assets (ROA) menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktiva yang digunakan. *Return On Assets* (ROA) merupakan rasio yang terpenting di antara rasio profitabilitas yang ada. Peningkatan kemampuan untuk menghasilkan laba perusahaan akan dicapai jika terjadi peningkatan dalam laba bersih dan total aktiva.

Sedangkan kelemahan *Return On Asset* (ROA) menurut Halim dan Supomo (2008, hal.60) adalah:

- 1) *Return On Assets* (ROA) lebih menitikberatkan pada maksimasi pada rasio laba dibandingkan jumlah absoulul laba.
- 2) Manajer divisi enggan menambah investasi yang menghasilkan *Return On Assets* (ROA) rendah dalam jangka panjang.

- 3) Manajer divisi mungkin mengambil investasi yang menguntungkan divisinya dalam jangka pendek tetapi dalam jangka panjang bertentangan dengan keputusan perusahaan.
- 4) Kurang mendorong divisi untuk menambah investasi, jika *Return On Assets* (ROA) yang diharapkan untuk divisi itu terlalu tinggi.”

Menurut Darsono (2008, hal.56) *Return on asset* disebut juga *earning power* menurut system Du pont. Rasio ini menggambarkan kemampuan perusahaan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dari setiap satu rupiah asset yang digunakan. Dengan mengetahui rasio ini, kita bisa menilai apakah perusahaan ini efisien dalam memanfaatkan aktivitya dalam kegiatan operasional perusahaan. Rasio ini juga memberikan ukuran yang lebih baik atas profitabilitas perusahaan karena menunjukkan efektivitas manajemen dalam menggunakan aktiva untuk memperoleh pendapatan

d. Pengukuran *Return On Assets*

Return On Assets (ROA) menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktiva yang digunakan. *Return On Assets* (ROA) merupakan rasio yang terpenting diantara rasio profitabilitas yang ada. *Return On Assets* (ROA) atau yang sering disebut *Return On Investment* (ROI) diperoleh dengan cara membandingkan laba bersih setelah pajak terhadap total aktiva. Secara sistematis *Return On Assets* (ROA) dapat dirumuskan sebagai berikut :

Menurut Kasmir (2012, hal. 202) *Return On Asset* (ROA)/*Return On Investment* (ROI) dapat diukur dengan rumus :

$$\text{Return On Assets} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Assets}} \times 100\%$$

Menurut Home dan Wachowicz (2009:215), “Laba Bersih dan Total Aktiva mempengaruhi peningkatan dan penurunan dari *Return On Asset* (ROA). Dengan demikian jika suatu perusahaan mempunyai laba bersih dan total aktiva menurun maka akan mendapatkan laba yang kecil pula dan sebaliknya jika laba bersih dan total aktiva mengalami kenaikan maka untuk mendapatkan laba yang tinggi mempunyai peluang yang besar.

Menurut Kieso, et.al. (2008, hal.780)

“*Return On Asset* (ROA) yang positif menunjukkan bahwa dari total aktiva yang dipergunakan untuk operasi perusahaan mampu memberikan laba bagi perusahaan. Sebaliknya jika *Return On Asset* (ROA) negative menunjukkan total aktiva yang dipergunakan tidak memberikan keuntungan/kerugian.” Dengan demikian jika suatu perusahaan mempunyai *Return On Asset* (ROA) yang tinggi (positif) maka perusahaan tersebut berpeluang besar dalam meningkatkan pertumbuhan modal sendiri. Akan tetapi sebaliknya jika total aktiva yang digunakan perusahaan tidak menghasilkan laba maka akan menghambat pertumbuhan modal sendiri.

B. Kerangka Konseptual

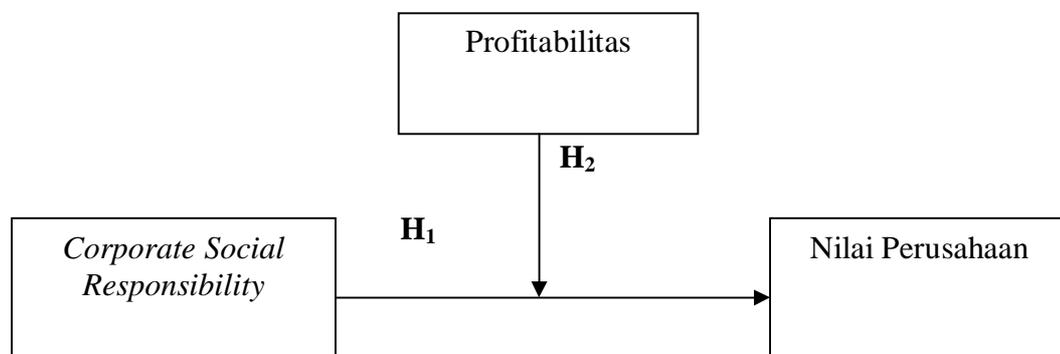
Menurut Erlina (2011, hal.33) kerangka konseptual adalah suatu model yang menerangkan bagaimana hubungan dengan faktor-faktor yang penting yang telah diketahui dalam suatu masalah tertentu.

hubungan bahwa CSR dapat mempengaruhi terhadap nilai perusahaan. *Corporate Social Responsibility* merupakan informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan mengenai pertanggungjawaban perusahaan tentang kepeduliannya terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Sementara profitabilitas dalam penelitian ini adalah sebagai variabel *moderating*. Variabel *moderating* adalah variabel yang akan memperlemah atau memperkuat hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Dengan kata lain,

profitabilitas diharapkan mampu memoderasi hubungan CSR dengan nilai perusahaan tersebut.

Beberapa penelitian tentang pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan telah dilakukan oleh beberapa peneliti yang sebelumnya. Penelitian yang sebelumnya dilakukan oleh Nurlela dan Islahuddin (2008) yang meneliti tentang pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan menggunakan persentase kepemilikan manajerial sebagai variable moderasi dan menunjukkan bahwa : (1) CSR berpengaruh simultan terhadap persentase kepemilikan manajemen, (2) hanya persentase kepemilikan manajemen yang berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kerangka konseptual penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar II.2
Kerangka Konseptual

C. Hipotesis Penelitian

Menurut Erlina (2011, hal.30), “ Hipotesis adalah proporsi yang dirumuskan dengan maksud untuk diuji secara empiris, yang menyatakan hubungan yang diduga secara logis antara 2 variabel atau lebih. Hipotesis pada penelitian ini adalah :

- 1) *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
- 2) Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
- 3) Profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan nilai perusahaan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan asosiatif. Pendekatan asosiatif adalah pendekatan yang dilakukan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih. Tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel *moderating* Pada Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015.

B. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Definisi operasional variabel adalah definisi-definisi yang akan dipergunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk memberikan arah dan batasan dalam penyelesaian masalah. Pada penelitian ini, akan dijelaskan definisi operasional variabel yang akan digunakan di dalam penelitian.

1. Variabel Dependen

Variabel dependen (variabel terikat) merupakan sesuatu yang dipengaruhi atau yang dihasilkan oleh variabel independen (variabel bebas). Menurut Sarwono dan Suhayati (2010, hal.32), variabel dependen adalah variabel yang keberadaannya diamati dan diukur untuk menentukan pengaruh yang disebabkan oleh variabel bebas. Maka dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependennya adalah nilai perusahaan (Y). Nilai perusahaan biasa diproksikan

dengan PBV yaitu membandingkan *price* (harga saham saat *closing price*) dengan nilai buku dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{PBV} = \frac{\text{Harga saham}}{\text{Nilai buku saham}} \times 100\%$$

2. Variabel Independen

Variabel independen (variabel bebas) yaitu variabel yang dapat mempengaruhi variabel yang lain. Menurut Sarwono dan Suhayati (2010, hal.31), variabel independen adalah variabel yang pengaruhnya diukur, dimanipulasi, atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungannya dengan suatu gejala yang berkaitan dengan variabel lain. Penelitian ini menggunakan *Corporate Social Responsibility* (X_1) sebagai variabel independen.

Pengukuran kinerja CSR yang dilakukan melalui laporan tahunan memerlukan acuan informasi (*information guideline*). Acuan informasi laporan CSR yang saat ini mendominasi adalah *Sustainability Reporting Guidelines* (SRG), yang dikeluarkan oleh *Global Reporting Initiative* (GRI). Dalam SRG tersebut terdapat 6 indikator kinerja, dengan SRG inilah pengungkapan informasi CSR pada laporan tahunan perusahaan diukur melalui pemberian skor (Gunawan, 2009).

Perhitungan variabel ini dilakukan oleh peneliti dengan mengukur pengungkapan sosial laporan tahunan yang dilakukan dengan pengamatan mengenai ada tidaknya suatu item informasi yang ditentukan dalam laporan

tahunan dengan asumsi setiap yang diungkapkan pasti telah dilakukan.

Penghitungan CSR dilakukan dengan cara sebagai berikut :

Score 0 : apabila item informasi tidak ada dalam laporan keuangan.

Score 1 : jika item informasi yang ditentukan ada dalam laporan tahunan.

Metode pengukuran ini dinamakan dengan *Checklist* data. Pada variabel ini, perhitungan dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan rumus indeks informasi sosial untuk menghitung pengungkapan sosial perusahaan, yaitu :

$$\text{Indeks CSR} = \frac{\text{Jumlah skor pengungkapan CSR}}{\text{Jumlah skor maksimal}}$$

3. Variabel Moderating

Variabel *moderating* adalah variabel yang memperkuat atau memperlemah hubungan antara suatu variabel dengan variabel lain (Situmorang dan Lutfi, 2012, hal.185). Variabel *moderating* dalam penelitian ini adalah profitabilitas, simbol yang digunakan untuk variabel tersebut adalah X₂. Profitabilitas diukur dengan rasio *return on asset* (ROA) yang didapatkan dari laporan keuangan tahunan perusahaan pertambangan di BEI selama periode penelitian. Dipilihnya ROA, karena dapat menghitung kinerja perusahaan secara keseluruhan dengan menunjukkan perbandingan *net income* dan *total assets* perusahaan. Rumus Profitabilitas :

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total asset}} \times 100\%$$

Tabel III.1
Definisi Operasional dan Skala Pengukuran Variabel

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator Pengukuran Variabel	Skala
<p>Variabel Independen:</p> <p><i>Corporate social responsibility</i></p>	<p>Tanggung jawab sosial perusahaan (<i>Corporate Social Responsibility</i>) adalah kewajiban manajemen untuk membuat keputusan dan melakukan tindakan yang akan meningkatkan kesejahteraan dan kepentingan masyarakat serta perusahaan.</p>	<p>Indeks CSR =</p> $\frac{\text{Jumlah skor pengungkapan CSR}}{\text{Jumlah skor maksimal}}$	Rasio
<p>Variabel Moderating:</p> <p>Profitabilitas</p>	<p>Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba berdasarkan dari total asset perusahaannya.</p>	$\text{ROA} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total asset}} \times 100\%$	Rasio
<p>Variabel Dependen:</p> <p>Nilai perusahaan</p>	<p>Diproksikan dengan <i>Price Book Value</i> (PBV) yaitu perbandingan antara harga saham dengan nilai buku.</p>	$\text{PBV} = \frac{\text{Harga saham}}{\text{Nilai buku saham}} \times 100\%$	Rasio

Sumber: Diolah oleh peneliti

C. Tempat dan Jadwal Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini menggunakan data empiris yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia atau www.idx.co.id yang berfokus pada perusahaan pertambangan. Dari hasil kriteria-kriteria yang ditentukan penulis diperoleh terdapat 8 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan data yang diambil adalah dari tahun 2011-2015.

2. Waktu penelitian

Adapun waktu penelitian dilakukan pada bulan November 2016-April 2017.

Penelitian ini dilaksanakan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2011 – 2015. Adapun jadwal bagi penulis melakukan penelitian ini yaitu :

Tabel III.2
Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	2016			2017		
		Des	Jan	Feb	Mar	Apr	
1	Pengajuan Judul	■					
2	Pembuatan Proposal	■	■				
3	Bimbingan Proposal		■	■			
4	Seminar Proposal			■			
5	Pengumpulan Data dan Pengerjaan Skripsi				■	■	
6	Bimbingan dan Penyelesaian Skripsi					■	
7	Sidang Meja Hijau					■	

Sumber : Diolah Oleh Peneliti

D. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Menurut Erlina (2011, hal.81) populasi merupakan sekelompok entitas yang lengkap yang dapat berupa orang, kejadian, atau benda yang mempunyai karakteristik tertentu, yang berada dalam suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2015. Jumlah populasi perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI ada sebanyak 38 perusahaan.

2. Sampel

Menurut Erlina (2011, hal.82) sampel merupakan bagian populasi yang digunakan untuk memperkirakan karakteristik populasi. Sedangkan ukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan suatu penelitian.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan pendekatan *non probability sampling*, khususnya metode *purposive sampling* yaitu teknik sampling dengan metode pengambilan sampel secara tidak acak tetapi berdasarkan atas tujuan dan pertimbangan atau kriteria tertentu. Adapun pertimbangan pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah :

- 1) Perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI pada tahun 2011-2015.
- 2) Perusahaan pertambangan yang mengungkapkan laporan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) dalam laporan tahunan berturut-turut dari tahun, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015

3) Perusahaan pertambangan yang memiliki laba positif.

Dari 38 populasi perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI, diperoleh 8 perusahaan pertambangan yang memenuhi kriteria diatas sebagai sampel penelitian :

Tabel 111.3
Sampel Penelitian Perusahaan Pertambangan

No	Kode	Nama Perusahaan
1	AKKU	PT. Anugrah Kagum Karya Utama Tbk
2	AKPI	PT. Argha Karya Prima Ind Tbk
3	APLI	PT. Asiaplast Industries Tbk
4	BRNA	PT. Berlina Tbk
5	FPNI	PT. Lotte Chemical Titan Tbk
6	IGAR	PT. Champion Pacific Indonesia Tbk
7	SIMA	PT. Siwani Makmur Tbk
8	TRST	PT. Trias Sentosa Tbk

Sumber : Bursa Efek Indonesia (2016)

E. Jenis dan Sumber Data

Menurut Situmorang dan Lutfi (2012, hal.3) Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder merupakan data yang diperoleh/dikumpulkan dan disatukan oleh studi-studi sebelumnya, atau yang diterbitkan oleh berbagai instansi lain. Biasanya sumber tidak langsung berupa data dokumentasi dan arsip-arsip resmi. Sifat data adalah data deret waktu (*time series*), yaitu data yang merupakan hasil pengamatan dalam suatu rentang waktu tertentu.

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari laporan tahunan yang dipublikasikan, diambil dari website Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) dan referensi dari jurnal ilmiah dan penelitian-penelitian sebelumnya.

F. Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data eksternal, yaitu data yang dilakukan dengan studi pustaka dan pengumpulan data sekunder yaitu diperoleh dari media internet dengan cara mengunduh melalui *website* resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) dan referensi dari peneliti sebelumnya.

G. Teknik Analisis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain adalah analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, dan pengujian hipotesis. Data yang siap diolah akan dilakukan pengujian statistik dengan menggunakan program SPSS. Untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan, maka dalam penelitian ini digunakan metode analisis data sebagai berikut:

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif berfungsi sebagai penganalisis data dengan menggambarkan sampel data yang telah dikumpulkan. Penelitian ini menjabarkan jumlah data, rata-rata, nilai minimum dan maksimum serta standar deviasi.

2. Analisis Regresi

Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis dengan menggunakan alat analisis statistik yakni :

- a) Analisis regresi linear sederhana (*simple regression analysis*).

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

- b) Analisis regresi dengan variabel moderasi (*Moderated Regression Analysis*).

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk melakukan uji regresi dengan variabel moderasi adalah *Moderated Regression Analysis* atau uji

interaksi. Ghozali (2009, hal.164) menyatakan *Moderated Regression Analysis* (MRA) merupakan aplikasi khusus regresi berganda linear dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen) dengan rumus persamaan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_1X_2 + \square$$

(Sugiyono, 2013: 298)

Keterangan :

Y = Nilai Perusahaan

α = Konstanta

β_1 - β_3 = Koefisien Regresi

X_1 = *Corporate Social Responsibility*

X_2 = Profitabilitas

X_1 - X_2 = Interaksi antara *Corporate Social Responsibility* dengan Profitabilitas

\square = *Error Term*, yaitu tingkat kesalahan penduga dalam penelitian.

3. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian hipotesis dan uji analisis regresi linear, maka hal yang pertama dilakukan adalah uji asumsi klasik, yang bertujuan untuk mendapatkan nilai estimasi yang diperoleh bersifat BLUE (*Best, Linear, Unbiased, and Estimator*), yang artinya nilai estimator yang terbaik, estimator yang linear, dan estimator yang tidak bias, maka data-data yang digunakan dalam analisis regresi terlebih dahulu akan diuji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

a) Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yaitu distribusi data dengan bentuk lonceng. Dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji ini berguna untuk tahap awal dalam metode pemilihan analisis data.

Jika data normal, maka digunakan statistik parametrik, dan jika data tidak normal maka digunakan statistik nonparametrik atau lakukan treatment agar data normal. Data yang baik adalah data yang mempunyai pola seperti distribusi normal (Erlina, 2011:101). Untuk melihat normalitas dapat dilakukan dengan melihat histogram atau pola distribusi data normal. Normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari nilai residualnya. Dasar pengambilan keputusannya adalah:

1. Dalam uji Kormogrov-Smirnov, pedoman yang digunakan dalam pengambilan keputusan yaitu:

jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka distribusi data tidak normal,

jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka distribusi data normal.

2. Histogram

Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau garis histogramnya menunjukkan pola berdistribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

3. P-Plot

Jika data menyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan data berdistribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b) Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2009, hal.91) Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Multikolinieritas adalah situasi adanya korelasi variabel-variabel independen antara yang satu dengan yang lainnya. Jika terjadi korelasi sempurna diantara sesama variabel bebas, maka konsekuensinya adalah:

- 1) Koefisien-koefisien regresi menjadi tidak dapat ditaksir,
- 2) Nilai standar *error* setiap koefisien regresi menjadi tak terhingga.

Ada tidaknya multikolinieritas dapat dideteksi dengan melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF), serta dengan menganalisis matriks korelasi variabel-variabel independen. Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah jika nilai *tolerance* $< 0,1$ atau sama dengan nilai $VIF > 10$, maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinearitas.

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk melihat apakah didalam model regresi terjadi ketidaksamaan variabel pengganggu dari satu pengamatan dengan pengamatan yang lain. Menurut Ghozali (2009, hal.125) Model regresi yang baik

adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *Scatterplot*. Analisis pada gambar *Scatterplot* yang menyatakan model regresi berganda tidak terdapat heteroskedastisitas jika:

- 1) titik-titik data menyebar di atas, di bawah atau di sekitar angka nol,
- 2) titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau dibawah,
- 3) penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali,
- 4) penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola.

d) Uji Autokorelasi

Uji ini bertujuan untuk melihat apakah dalam suatu model regresi linear terdapat korelasi atau kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan periode $t-1$. Jika terjadi autokorelasi, maka terdapat problem autokorelasi.

Menurut Ghozali (2009, hal.99) autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang tahun yang berkaitan satu dengan lainnya. Hal ini sering ditemukan pada data *time series*. Pada data *cross section*, masalah autokorelasi relatif tidak terjadi. Uji yang digunakan dalam penelitian untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi adalah dengan menggunakan uji Durbin-Watson (DW). Kriteria untuk penilaian terjadinya autokorelasi yaitu:

- 1) nilai DW lebih kecil dari -2 berarti ada korelasi positif,
- 2) nilai DW di antara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi,
- 3) nilai DW lebih besar dari +2 berarti ada autokorelasi negatif.

4. Analisis Hipotesis

a) Uji secara parsial (Uji-t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara parsial atau individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Tujuan dari uji t adalah untuk menguji koefisien regresi secara individual. Rumus umumnya adalah:

$$t = \frac{r_{xy} \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-(r_{xy})^2}}$$

(Sugiyono, 2009, hal.212)

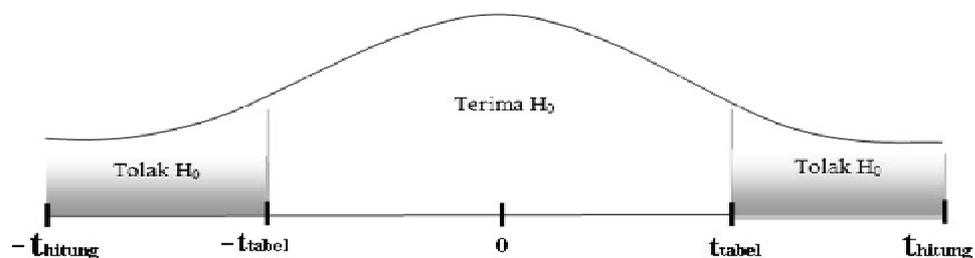
Dimana :

r_{xy} = korelasi variabel x dan y yang ditemukan

n = jumlah sampel

- 1) H_0 diterima = Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka, yang artinya tidak ada pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat.
- 2) H_1 ditolak = Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka, yang artinya ada pengaruh variabel bebas dengan variabel terikat.

Tingkat signifikansi yang digunakan sebesar 5% atau 0,05 $df = n-2$, dengan kata lain jika P (probabilitas) $> 0,05$ maka dinyatakan tidak signifikan, dan sebaliknya jika $P < 0,05$ maka dinyatakan signifikan.



Gambar III.1
Kriteria Pengujian Hipotesis

e) Uji Koefisien Determinan (R^2)

Pengujian koefisien determinan dilakukan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai koefisien determinan. Koefisien determinan (R^2) merupakan besaran non negatif dan besarnya koefisien determinasi adalah ($0 \leq R^2 \leq 1$).

Menurut Sugiyono (2009, hal.212) Jika koefisien determinan bernilai 0, maka tidak ada hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Sebaliknya jika koefisien determinan bernilai 1, maka ada keterikatan sempurna antara variabel bebas dengan variabel terikat.

$$D = R^2 \times 100 \%$$

Dimana:

D = koefisien determinasi

R^2 = hasil kuadrat korelasi berganda

100 % = persentase Kontribusi

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Hasil Penelitian

1. Analisis Data

Perusahaan pertambangan dipilih karena kegiatan bisnisnya yang bersentuhan langsung dengan pemanfaatan sumber daya alam yang mana berdampak langsung pada lingkungan. Indonesia merupakan salah satu negara dengan kekayaan sumber daya alam yang melimpah, salah satunya adalah bahan tambang. Tidak dapat dipungkiri lagi, industri pertambangan di Indonesia tetap menjadi primadona utama bagi para investor untuk berinvestasi di dalamnya.

Dari 38 populasi perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI, diperoleh 8 perusahaan pertambangan yang memenuhi kriteria sampel sebagai sampel penelitian :

- 1) Perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI pada tahun 2011-2015.
- 2) Perusahaan pertambangan yang mengungkapkan laporan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) dalam laporan tahunan berturut-turut dari tahun, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015
- 3) Perusahaan pertambangan yang memiliki laba positif.

Tabel IV.1
Sampel Penelitian Perusahaan Pertambangan

No	Kode	Nama Perusahaan
1	AKKU	PT. Anugrah Kagum Karya Utama Tbk
2	AKPI	PT. Argha Karya Prima Ind Tbk
3	APLI	PT. Asiaplast Industries Tbk
4	BRNA	PT. Berlina Tbk
5	FPNI	PT. Lotte Chemical Titan Tbk
6	IGAR	PT. Champion Pacific Indonesia Tbk
7	SIMA	PT. Siwani Makmur Tbk
8	TRST	PT. Trias Sentosa Tbk

Sumber : Bursa Efek Indonesia (201

1. Data CSR (*Corporate Social Responsibility*)

Variabel independen (variabel bebas) yaitu variabel yang dapat mempengaruhi variabel yang lain. Menurut Sarwono dan Suhayati (2010, hal.31), variabel independen adalah variabel yang pengaruhnya diukur, dimanipulasi, atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungannya dengan suatu gejala yang berkaitan dengan variabel lain. Penelitian ini menggunakan *Corporate Social Responsibility* (X_1) sebagai variabel independen.

Tabel IV.2
CSR
Periode 2011-2015
(dalam rupiah)

Emiten	2011	2012	2013	2014	2015	Rata-Rata
ANTM	0,59	0,97	0,72	0,56	0,54	0,68
ARTI	0,80	0,77	0,84	0,80	0,75	0,79
ELSA	0,76	0,73	0,75	0,63	0,89	0,75
ENRG	0,63	0,66	0,61	0,61	0,57	0,62
INCO	0,97	0,43	0,80	0,76	0,63	0,72
MEDC	0,72	0,62	0,56	0,51	0,47	0,58
PSAB	0,56	0,76	0,72	0,56	0,56	0,63
RUIS	0,56	0,47	0,92	0,84	0,84	0,73
Rata-Rata	0,70	0,68	0,74	0,66	0,66	0,69

Sumber : Bursa Efek Indonesia (2016)

Dari data diatas maka dapat dilihat rata-rata CSR setiap tahunnya mengalami fluktuasi dimana tahun 2012 nilai rata-rata CSR mengalami penurunan, pada tahun 2013 nilai CSR mengalami peningkatan menjadi 0,74, pada tahun 2014 nilai CSR mengalami penurunan menjadi 0,66, pada tahun 2015 nilai CSR mengalami peningkatan menjadi 0,69.

CSR bisa dilakukan secara optimal, jika penjualan mencapai hasil yang maksimal. Untuk itu profitabilitas dapat diukur dengan membandingkan laba yang diperoleh dengan keseluruhan aktiva, karena setiap perusahaan pasti mempunyai harta (aktiva) untuk mendukung kegiatan usahanya, dimana aktiva tersebut dapat dibagi menjadi dua yaitu : aktiva lancar dan aktiva tetap. Aktiva lancar meliputi kas ditambah pos-pos lain yang seharusnya dapat diubah menjadi kas dalam waktu satu tahun, termasuk diantaranya kas dan setara kas, piutang usaha dan persediaan sedangkan aktiva tetap dibagi menjadi dua golongan yaitu aktiva tetap berwujud dan aktiva tetap tidak berwujud

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa dari delapan perusahaan terdapat 5 perusahaan mengalami penurunan nilai CSR Kondisi ini akan mengakibatkan investor akan ragu dalam berinvestasi di perusahaan yang bersangkutan. Jika hal ini dibiarkan berlarut, maka pada gilirannya akan mempengaruhi kontinuitas operasional dan bisnis perusahaan hingga pada titik tertentu tidak tertutup kemungkinan perusahaan akan mengalami bangkrut. Keberhasilan suatu perusahaan dapat diukur melalui tingkat CSR yang diperoleh perusahaan itu sendiri karena tujuan utama dari perusahaan pada umumnya adalah untuk

memperoleh laba bersih yang sebesar-besarnya dan pencapaian laba bersih merupakan faktor yang menentukan (Nurdizal, 2011. hal.15).

2. Data (ROA) *Return On Asset*

Variabel *moderating* dalam penelitian ini adalah profitabilitas, simbol yang digunakan untuk variabel tersebut adalah X_2 . Profitabilitas diukur dengan rasio *return on asset* (ROA) yang didapatkan dari laporan keuangan tahunan perusahaan pertambangan di BEI selama periode penelitian. Dipilihnya ROA, karena dapat menghitung kinerja perusahaan secara keseluruhan dengan menunjukkan perbandingan *net income* dan *total assets* perusahaan.

Berikut ini tabel ROA pada perusahaan *Pertambangan* periode 2011-2015 adalah sebagai berikut :

Tabel IV.3
ROA
Periode 2011-2015

Emiten	2011	2012	2013	2014	2015	Rata-Rata
ANTM	0,59	15,19	1,87	-3,52	-4,75	1,88
ARTI	0,81	3,62	4,21	1,70	0,64	2,20
ELSA	0,76	3,16	5,55	9,85	8,62	5,59
ENRG	1,00	1,33	7,48	0,80	-3,98	1,33
INCO	0,97	2,89	1,69	7,38	2,21	3,03
MEDC	0,72	3,87	18,88	0,71	0,63	4,96
PSAB	0,56	-0,43	-3,60	-13,10	15,30	-0,25
RUIS	0,56	2,16	0,33	2,46	2,32	1,57
Total	0,75	3,97	4,55	0,79	2,62	2,54

Sumber : Bursa Efek Indonesia (2016)

Dari data diatas maka dapat dilihat bahwa nilai ROA mengalami fluktuasi dari tahun 2011-2015, pada tahun 2012 rata-rata ROA mengalami peningkatan menjadi 3,97, pada tahun 2013 rata-rata ROA mengalami

peningkatan menjadi 4,55, pada tahun 2014 nilai rata-rata ROA mengalami penurunan menjadi 0,79, pada tahun 2015 nilai rata-rata ROA mengalami peningkatan menjadi 2,62.

Dilihat dari data yang berhubungan dengan total aktiva dapat diketahui bahwa pada periode 2011-2015 total aktiva dari perusahaan Pertambangan yang mengalami penurunan ada 7 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, satu perusahaan mengalami kenaikan dan tujuh perusahaan mengalami penurunan. Kondisi ini menunjukkan bahwa besarnya aktiva yang dimiliki perusahaan seharusnya dapat memberikan kontribusi yang tinggi pada peningkatan laba. Namun, hal ini tidak sesuai dengan kondisi yang terjadi, sehingga dapat disimpulkan bahwa peningkatan aktiva tidak mampu memberikan kontribusi pada peningkatan laba.

Dalam hal perolehan aktiva perusahaan sudah dapat dikatakan bagus, karena harta yang dimiliki dapat ditingkatkan. Namun harta yang meningkat juga tidak menjamin laba ikut meningkat karena jika perputaran dari harta tersebut meningkat tetapi tidak diikuti dengan peningkatan pada laba maka akan mengakibatkan laba suatu perusahaan menurun, tujuan jangka pendek perusahaan tidak tercapai, aktivitas perusahaan menjadi terganggu dan tujuan jangka panjang tidak dapat terealisasi. Menurut Kasmir (2012, hal.201) Sehingga untuk dapat mengatasi hal tersebut perusahaan dapat melakukannya dengan menekan serta mengendalikan biaya operasional perusahaan, menaikkan tingkat laba, mengatasi persaingan yang semakin tajam antara perusahaan sejenis, serta perlu adanya

kebijaksanaan dari pimpinan perusahaan dalam menetapkan suatu standar profit yang harus dicapai pada periode yang mendatang.

Jika pada perusahaan *Pertambangan* jumlah penjualannya mengalami peningkatan maka laba juga akan meningkat dan sebaliknya jika penjualan mengalami penurunan maka laba juga akan menurun.

3. Data (PBV) Nilai Perusahaan

Variabel dependen (variabel terikat) merupakan sesuatu yang dipengaruhi atau yang dihasilkan oleh variabel independen (variabel bebas). Menurut Sarwono dan Suhayati (2010, hal.32), variabel dependen adalah variabel yang keberadaannya diamati dan diukur untuk menentukan pengaruh yang disebabkan oleh variabel bebas. Maka dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependennya adalah nilai perusahaan (Y).

Berikut ini tabel PVB (Nilai Perusahaan) pada beberapa perusahaan Pertambangan periode 2011-2015 adalah sebagai berikut :

Tabel IV.4
PBV
Periode 2011-2015
(dalam rupiah)

Emiten	2011	2012	2013	2014	2015	Rata-Rata
ANTM	1,56	0,95	0,81	0,84	0,41	0,91
ARTI	1,66	0,48	0,31	0,17	0,78	0,68
ELSA	0,28	0,62	1,05	2,04	0,68	0,93
ENRG	0,50	0,29	0,39	0,27	0,48	0,39
INCO	1,40	1,25	1,60	0,64	1,12	1,20
MEDC	1,04	0,67	0,64	0,64	0,71	0,74
PSAB	5,21	1,37	0,57	0,85	0,82	1,76
RUIS	0,80	0,05	0,56	0,59	0,53	0,51
Total	1,56	0,71	0,74	0,76	0,69	0,89
Rata-rata	1,56	0,71	0,74	0,76	0,69	0,91

Sumber : Bursa Efek Indonesia (2016)

Dari tabel diatas maka dapat dilihat nilai rata-rata PBV dari tahun 2011-2015 mengalami fluktuasi, pada tahun 2012 rata-rata PBV mengalami peningkatan, pada tahun 2013 rata-rata PBV mengalami peningkatan, pada tahun 2014 rata-rata PBV mengalami peningkatan dan pada tahun 2015 nilai rata-rata PBV mengalami penurunan.

Dari tabel diatas terlihat data PBV yang menunjukkan, bahwa pada periode 2011-2015 nilai PBV terdapat 5 perusahaan pertambangan yang mengalami penurunan. Hal ini menunjukkan peningkatan harga saham perusahaan tidak diikuti dengan peningkatan nilai buku saham. Seharusnya peningkatan harga saham apabila dapat diubah menjadi nilai buku saham akan mampu menjamin harga sahamnya. Maka perusahaan dapat dikatakan likuid namun kenyataannya hal itu tidak dapat meningkatkan nilai PBV. Karena peningkatan PBV dapat dicapai apabila terjadi penurunan hutang yang ditanggung oleh perusahaan disebabkan tingkat kas yang lebih rendah akan mengurangi jumlah penyebut nilai PBV.

Nilai perusahaan sangatlah penting karena dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan. Nilai perusahaan tidak hanya mencerminkan bagaimana nilai intrinsik pada saat ini, tetapi juga mencerminkan prospek dan harapan akan kemampuan perusahaan tersebut dalam meningkatkan nilai kekayaannya di masa depan. Nilai perusahaan akan meningkat secara berkelanjutan apabila dalam menjalankan operasinya perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, dimensi sosial dan dimensi lingkungan hidup.

4. Analisis Statistik Deskriptif

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode statistik deskriptif, yaitu penelitian yang dilakukan untuk memperoleh gambaran yang sebenarnya tentang kondisi perusahaan dalam analisis. Statistik deskriptif memberikan penjelasan mengenai nilai minimum, nilai maksimum, dan nilai rata-rata (*mean*), dan nilai standar deviasi dari variabel-variabel independen dan variabel dependen. Informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang diperoleh dari www.idx.co.id berupa data keuangan sampel perusahaan pertambangan dari tahun 2011 sampai tahun 2015 yang dijabarkan dalam bentuk statistik.

Variabel dari penelitian ini terdiri CSR (*Corporate Social Responsibility*) sebagai variabel independen, ROA (*Return On Asset*) sebagai variabel moderating, dan PBV (*Price Book Value*) sebagai variabel dependen. Statistik deskriptif dari variabel tersebut dari sampel perusahaan pertambangan selama periode tahun 2011 sampai dengan tahun 2015 disajikan dalam tabel 4.1 berikut ini.

Tabel IV.5
Statistik Deskriptif Variabel-Variabel Selama Tahun 2011 - 2015
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	40	,43	,97	,6860	,13959
X2	40	-13,10	18,88	2,5360	5,58153
Y	40	,05	5,21	,8908	,82823
Valid N (listwise)	40				

Sumber: Data diolah penulis (2017)

Tabel diatas menunjukkan variabel CSR (*Corporate Social Responsibility*), ROA (*Return On Asset*) dan PBV (*Price Book Value*) memiliki

nilai minimum positif. Untuk nilai maksimum, semua variabel memiliki nilai yang positif. Berikut ini perincian data deskriptif yang telah diolah:

- a. variabel CSR memiliki nilai minimum 0.43 dan nilai maksimum 0,97 dengan rata-rata CSR 0.6860 dengan jumlah data sebanyak 40
- b. variabel ROA memiliki nilai minimum -13,10 dan nilai maksimum 18,88 dengan rata-rata ROA 2,5360 dengan jumlah data sebanyak 40.
- c. variabel PBV memiliki nilai minimum 0,05 dan nilai maksimum 5,21 dengan rata-rata ukuran perusahaan 0,8908 dengan jumlah data sebanyak 40.

2. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel residual berdistribusi normal. Pengujian normalitas data dalam penelitian ini menggunakan uji statistik non parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S), grafik Histogram, dan grafik Normal Plot. Uji statistik non parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S) dengan membuat hipotesis:

H_0 : Data residual berdistribusi normal

H_a : Data residual tidak berdistribusi normal

Dalam uji Kormogrov-Smirnov, pedoman yang digunakan dalam pengambilan keputusan yaitu:

- 1) jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka distribusi data tidak normal,
- 2) jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka distribusi data normal.

Hasil uji kolmogorov-Smirnov dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel IV.6
Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		X1	X2	Y
N		40	40	40
Normal Parameters(a,b)	Mean	,6860	2,5360	,8908
	Std. Deviation	,13959	5,58153	,82823
Most Extreme Differences	Absolute	,131	,196	,220
	Positive	,131	,182	,220
	Negative	-,096	-,196	-,177
Kolmogorov-Smirnov Z		,828	1,242	1,389
Asymp. Sig. (2-tailed)		,500	,559	,422

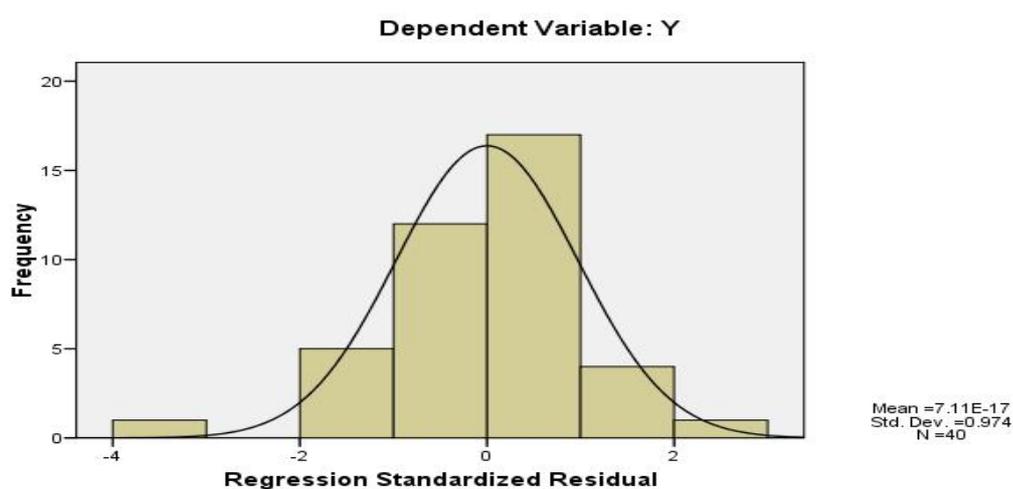
a Test distribution is Normal.

b Calculated from data.

Sumber: data diolah oleh penulis, 2015

Dari hasil pengolahan data tersebut, besarnya nilai *Kolmogorov-Smirnov* adalah CSR 0.828, ROA (*Return On Asset*) 1.242, PBV 1.389, dan nilai signifikansi setiap variabel adalah CSR (0,500), ROA (0,559) dan PBV (0,422) maka disimpulkan data terdistribusi secara normal karena $p > 0,05$. Data yang terdistribusi secara normal tersebut juga dapat dilihat melalui grafik histogram dan grafik normal plot data berikut ini:

Histogram

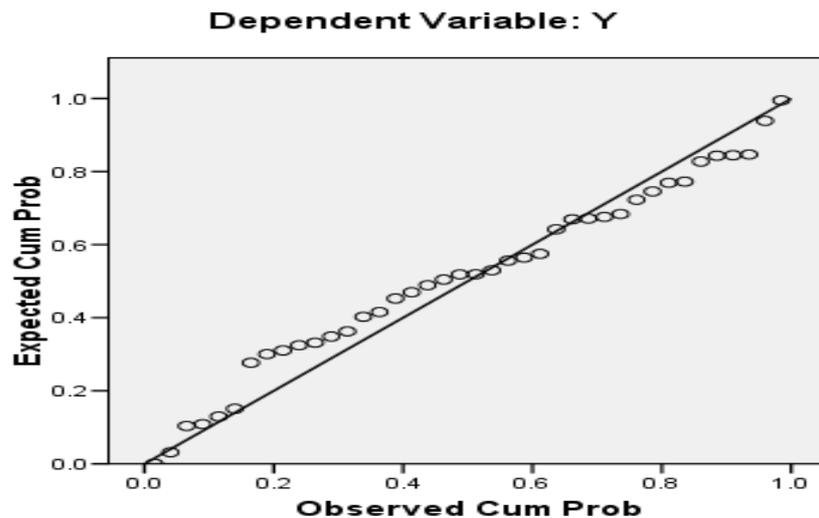


Gambar IV.1 Grafik Histogram

Sumber : Hasil Pengelolaan Data (2017)

Jika grafik yang dihasilkan menyerupai lonceng dan tidak melenceng ke kiri dan ke kanan maka dapat tersebut berdistribusi normal.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar IV.2 Grafik Normal P-Plot
Sumber : Hasil Pengolahan Data (2017)

Demikian pula dengan hasil uji normalitas dengan menggunakan grafik p-plot dibawah ini. Pada grafik normal p-plot, terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal serta penyebarannya mendekati dengan garis diagonal sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam model regresi terdistribusi secara normal.

b) Uji Multikolinearitas

Uji multikolonearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan korelasi antara variabel independent. Jika terjadi korelasi maka terdapat masalah multikolonearitas sehingga model regresi tidak dapat digunakan. Mendeteksi ada tidaknya gejala multikolonearitas adalah dengan melihat nilai

tolerance dan *variance inflation factor* (VIF), serta menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen. Besarnya tingkat multikolinearitas yang masih dapat ditolerir, yaitu: *Tolerance* < 0.10, dan nilai VIF > 10. Berikut ini disajikan tabel hasil pengujian multikolinearitas:

Tabel IV.7
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
CSR	.999	1.001
ROA	.999	1.001

Sumber: data diolah (2017)

Berdasarkan pada tabel 4.7 diatas, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas antara variabel independen yang diindikasikan dari nilai *tolerance* setiap variabel < 0,10. Nilai *tolerance* CSR adalah 0.999, ROA adalah 0,999. Nilai VIF dari kedua variabel independen juga lebih kecil dari 10 yaitu untuk ROA sebesar 1.001, PBV 1.001.

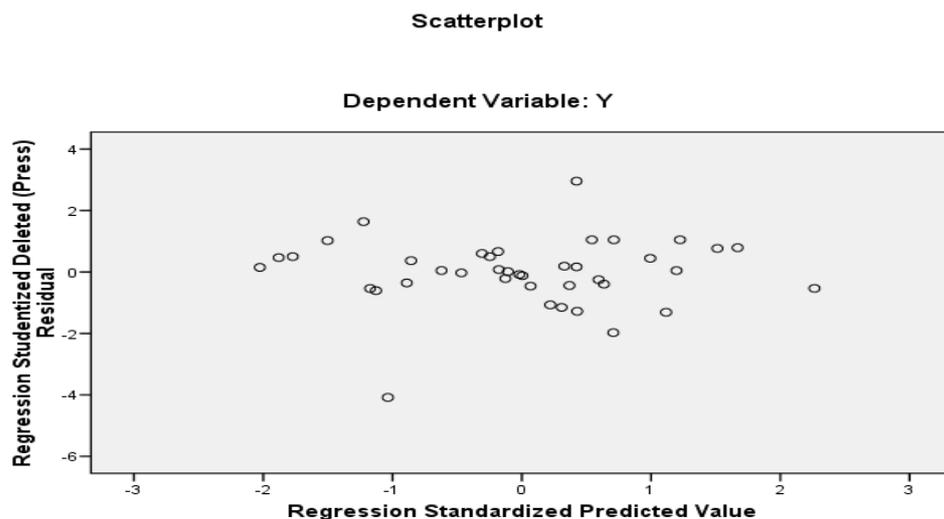
c) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Metode yang dapat dipakai untuk mendeteksi gejala heterokedastisitas antara lain: metode grafik, park glejser, rank spearman dan barlett.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk mendeteksi gejala heteroskedastisitas dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas

dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara ZPRED dan SRESID dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi $- Y$ sesungguhnya) yang terletak di Studentized ketentuan tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) titik-titik data menyebar di atas, di bawah atau di sekitar angka nol,
- 2) titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau dibawah,
- 3) penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali,
- 4) penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola



Gambar IV.3

Uji Heteroskedaritas

Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedasitas

c) Uji Autokorelasi

Uji ini bertujuan untuk melihat apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada

periode $t-1$. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang tahun yang berkaitan satu dengan yang lainnya. Hal ini sering ditemukan pada data *time series*. Cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi masalah autokorelasi adalah dengan menggunakan nilai uji Durbin Watson. Untuk uji Durbin Watson memiliki ketentuan sebagai berikut:

- 1) nilai DW lebih kecil dari -2 berarti ada korelasi positif,
- 2) nilai DW di antara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi,
- 3) nilai DW lebih besar dari +2 berarti ada autokorelasi negatif.

Tabel IV.8
Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the	Durbin-Watson
1	.854 ^a	.751	.657	1.77818	2.488

Tabel 4.8 memperlihatkan nilai statistik D-W sebesar 2,488 (d). Nilai ini akan peneliti bandingkan dengan nilai ketentuan untuk uji autokorelasi yaitu nilai 2,488 (DW) diatas +2 berarti ada autokorelasi positif dan negatif. Berdasarkan pengamatan ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi

3. Analisis Regresi

Berdasarkan hasil pengujian asumsi klasik disimpulkan bahwa model regresi yang dipakai dalam penelitian ini telah memenuhi model estimasi yang *Best Linear Unbiased Estimator* (BLUE) dan layak dilakukan analisis regresi. Untuk menguji hipotesis, peneliti menggunakan analisis regresi

seederhana. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan program SPSS 18, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

a. Persamaan Regresi Sederhana

Dalam pengolahan data dengan menggunakan regresi linier sederhana, dilakukan beberapa tahapan untuk mencari hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, melalui pengaruh CSR terhadap PBV. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan program SPSS Versi 18, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel IV.9
Hasil Analisis Regresi
Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	,823	,267		1,056	,298
	X1	,688	,599	,701	7,433	,000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel diatas didapatkan persamaan regresi sebagai berikut

$$\text{PBV} = 0,823 + 0,688 \text{ CSR}$$

Keterangan:

- 1) konstanta sebesar 0,823 menunjukkan bahwa apabila variabel independen ($X=0$) maka nilai PBV sebesar 0,823.
- 2) β_1 sebesar 0,688 menunjukkan bahwa setiap kenaikan CSR akan diikuti oleh peningkatan PBV sebesar 0,688 atau sebesar 68,8% dengan asumsi variabel lain tetap atau konstanta.

b. Analisis Regresi Dengan Variabel Moderasi

Tabel IV.10
Hasil Regresi Variabel Moderasi

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.559	.981		.570	.573
	CSR	.472	2.531	.096	.186	.853
	ROA	.762	.429	.545	1.777	.085
	moderat1	.005	1.107	.002	.004	.997

a Dependent Variable: PBV

- a) konstanta sebesar 0.559 menunjukkan bahwa apabila variabel independen ($X_1, X_2, X_1X_3=0$) maka nilai PBV sebesar 0.559 atau sebesar 55,9%.
- b) β_1 sebesar 0,472 menunjukkan bahwa setiap kenaikan CSR akan diikuti oleh peningkatan PBV sebesar 0,472 atau sebesar 47,2% dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan.
- c) β_2 sebesar 0,762 menunjukkan bahwa setiap kenaikan akan diikuti oleh peningkatan PBV sebesar 0,762 atau sebesar 76,2% dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan
- d) $\beta_1 \beta_3$ sebesar 0,762 menunjukkan bahwa setiap kenaikan CSR dan ROA akan diikuti oleh peningkatan PBV sebesar 0,005 dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan

c. Uji Signifikan Parsial (Uji Statistik t)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi konstanta dan setiap variabel independennya. Berdasarkan hasil pengolahan SPSS versi 18, diperoleh hasil sebagai berikut.

- 1) Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima, yang artinya tidak ada pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat.
- 2) Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak, yang artinya ada pengaruh variabel bebas dengan variabel terikat.
- 3) Tingkat signifikansi yang digunakan sebesar 5% atau 0,05, dengan kata lain jika P (probabilitas) $> 0,05$ maka dinyatakan tidak signifikan, dan sebaliknya jika $P < 0,05$ maka dinyatakan signifikan. Dengan $df = n-2$

Tabel IV.11
Hasil Uji t Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.559	.981		.570	.573
	CSR	.472	2.531	.096	.186	.853
	ROA	.762	.429	.545	1.777	.085
	moderat1	.005	1.107	.002	.004	.997

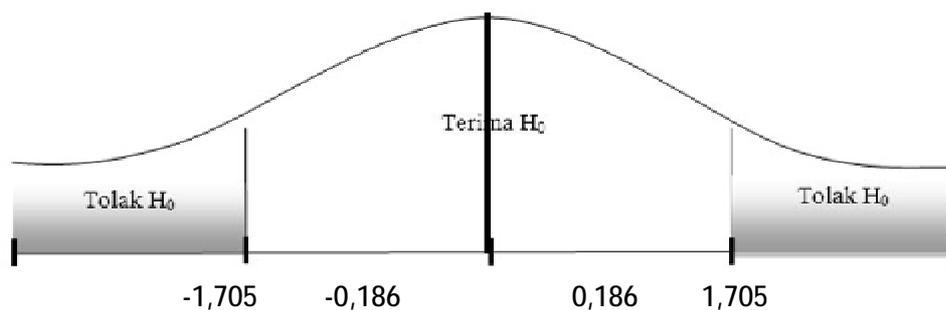
a Dependent Variable: PBV

1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap *Price Book Value*

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh secara individual (parsial) mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap PBV (Nilai Perusahaan).

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

1. H_0 diterima jika Nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,186 \leq 1,688$), yang artinya tidak ada pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat $-0,186 \leq 1,68 0,186 \leq 1,688$
2. H_0 ditolak jika 1. nilai $t_{hitung} > 1,688$ 2. $-t_{hitung} < -1,688$



Gambar IV.4 kriteria pengujian hipotesis 1

Dari tabel regresi dapat dilihat besarnya t_{hitung} untuk variabel CSR sebesar 0.186 dengan nilai signifikan 0,853, sedangkan t_{tabel} adalah 1,705, sehingga $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0.186 < 1,688$), maka CSR secara parsial tidak mempengaruhi PBV. Signifikansi penelitian juga menunjukkan $Sig > 0,05$ ($0,853 > 0,05$), maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap PBV.

B. ROA Moderasi Hubungan Antara CSR Terhadap PBV

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah *Return On Asset* berpengaruh secara individual (parsial) mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap *Corporate Social Responsibility* dan Nilai Perusahaan (PBV).

Return on Asset memiliki t_{hitung} sebesar 1.777 dengan nilai signifikan 0,085, sedangkan t_{tabel} adalah 1,705, sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,777 > 1,688$),

maka Return On Asset secara individual mempengaruhi Price Book Value. Signifikansi penelitian menunjukkan angka $> 0,05$ ($0,085 > 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya Return On Asset berpengaruh tidak signifikan terhadap *Price Book Value*.

d. Analisis Koefisien Determinasi (R-Square)

Nilai koefisien korelasi (R) menunjukkan seberapa besar korelasi atau hubungan antara variabel-variabel independen dengan variabel dependen. Koefisien korelasi dikatakan kuat apabila data nilai R berada diantara 0,5 dan mendekati 1. Koefisien determinasi (*R Square*) menunjukkan seberapa besar variabel independen menjelaskan variabel dependennya. Nilai *R Square* adalah 0 sampai dengan 1. Apabila nilai *R Square* semakin mendekati 1, maka variabel-variabel independen mendekati semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Sebaliknya, semakin kecil nilai *R Square* maka kemampuan variabel-variabel independen untuk menjelaskan variasi variabel dependen semakin terbatas. Nilai *R Square* memiliki kelemahan yaitu nilai R Square akan meningkat setiap ada penambahan satu variabel dependen meskipun variabel independen tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel IV.12
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.563(a)	.317	.253	.90343

a Predictors: (Constant), moderat1, ROA, CSR

Pada tabel di atas, dapat dilihat hasil secara keseluruhan menunjukkan nilai R sebesar 0,563 menunjukkan bahwa korelasi atau hubungan dengan Nilai Perusahaan (Variabel Dependen) dengan *Corporate Social Responsibility* (Variabel Independen) mempunyai tingkat hubungan yang sedang yaitu sebesar.

$$\begin{aligned} D &= R \times 100\% \\ &= 0,563 \times 100\% \\ &= 56,3\% \end{aligned}$$

Tingkat hubungan yang sedang ini dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel IV.13
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0.00-0.199	Sangat rendah
0.20-0.399	Rendah
0.40-0.599	Sedang
0.60-0.799	Kuat
0.80-1.00	Sangat kuat

Nilai Adjusted R Square sebesar 0,253 angka ini mengidentifikasi bahwa Nilai Perusahaan (Variabel Dependen) mampu di jelaskan oleh *Corporate Social Responsibility* (Variabel Independen) sebesar 25,3%, kemudian standart error of the estimate adalah sebesar 0,90343 dimana semakin kecil angka ini akan membuat model regresi semakin tepat. Dari hasil uji determinasi maka dapat dilihat bahwa pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan menunjukkan tingkat hubungan yang sedang.

B. Pembahasan

Dari hasil temuan penelitian ini adalah analisis mengenai hasil temuan penelitian ini terhadap kesesuaian teori, pendapat, maupun penelitian terdahulu yang telah dikemukakan hasil penelitian sebelumnya serta perilaku yang harus dilakukan untuk mengatasi hal-hal tersebut. Berikut ini ada 2 bagian utama yang akan dibahas dalam analisis hasil temuan penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia

Dari tabel regresi dapat dilihat besarnya t_{hitung} untuk variabel *Corporate Social Responsibility* sebesar 0.186 dengan nilai signifikan 0,853, sedangkan t_{tabel} adalah 1,688, sehingga $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0.186 < 1,688$), maka *Corporate Social Responsibility* secara parsial tidak mempengaruhi *Price Book Value*. Signifikansi penelitian juga menunjukkan angka $> 0,05$ ($0,853 > 0,05$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Price Book Value*.

Dalam gagasan tersebut, perusahaan tidak hanya bertanggung jawab pada aspek ekonominya saja, namun juga harus memperhatikan pada aspek sosial dan lingkungannya. Konsep *Corporate Social Responsibility* akan lebih mudah dipahami, dengan menanyakan kepada siapa sebenarnya pengelola perusahaan (manajer) bertanggung jawab.

Menurut Solihin (2009, hal.6) tanggung jawab sosial perusahaan adalah menjalankan bisnis sesuai dengan keinginan pemilik perusahaan (*owners*), biasanya dalam bentuk menghasilkan uang sebanyak mungkin dengan senantiasa

mengindahkan aturan dasar yang digariskan dalam suatu masyarakat sebagaimana diatur oleh hukum dan perundang-undangan. Dengan demikian, tujuan utama dari suatu perusahaan korporasi adalah memaksimalkan laba atau nilai pemegang saham.

Meskipun pengertiannya lugas, CSR dapat menjadi sebuah konsep yang sulit dipahami karena orang-orang yang berbeda memiliki keyakinan yang berbeda mengenai tindakan apa yang bisa meningkatkan kesejahteraan rakyat. Konsep *Corporate Social Responsibility* melibatkan tanggung jawab kemitraan antara pemerintah, lembaga sumberdaya masyarakat, serta komunitas setempat (lokal). Kemitraan ini merupakan tanggung jawab bersama secara sosial antara *stakeholders*.

Menurut Wibisono (2007, hal.72) Setidaknya ada tiga alasan penting mengapa kalangan dunia usaha dapat merespon dan mengembangkan isu tanggung jawab sosial sejalan dengan operasi usahanya. *Pertama*, perusahaan adalah bagian dari masyarakat, maka wajar bila perusahaan memperhatikan kepentingan masyarakat. Karena perusahaan harus menyadari bahwa mereka beroperasi dalam suatu tatanan lingkungan masyarakat. *Kedua*, kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat simbiosis mutualisme. *Ketiga*, kegiatan CSR ini salah satu cara untuk meredam atau bahkan menghindari konflik sosial.

Cut Cinthya Mustafa (2014) Bahwa hasil penelitian dengan regresi sederhana menunjukkan bahwa corporate social responsibility (CSR) tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Wedhana Purba (2015) Bahwa

pengungkapan corporate social responsibility tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

2. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia

Return on Asset memiliki t_{hitung} sebesar 1.777 dengan nilai signifikan 0,085, sedangkan t_{tabel} adalah 1,688, sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,777 > 1,688$), maka Return On Asset secara individual mempengaruhi Price Book Value. Signifikansi penelitian menunjukkan angka $> 0,05$ ($0,085 > 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya Return On Asset berpengaruh tidak signifikan terhadap *Price Book Value*.

Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan baik secara internal maupun secara eksternal. Faktor internal bersifat *controllable* artinya dapat dikendalikan oleh perusahaan seperti kinerja perusahaan, keputusan keuangan, struktur modal, biaya ekuitas, dan faktor lainnya. Sedangkan faktor eksternal dapat berupa tingkat suku bunga, fluktuasi nilai valas, dan keadaan pasar modal.

Tujuan akhir yang ingin dicapai suatu perusahaan yang terpenting adalah memperoleh keuntungan atau laba yang maksimal, disamping hal-hal yang lainnya, dengan memperoleh laba yang maksimal seperti yang telah ditargetkan, perusahaan dapat berbuat banyak bagi kesejahteraan perusahaan, pemilik ataupun karyawan serta meningkatkan mutu produksi dan menjalankan investasi baru. Oleh karena itu manajemen perusahaan dalam praktiknya dituntut untuk mampu

memenuhi target yang telah ditetapkan. Untuk mengukur tingkat keuntungan suatu perusahaan digunakan rasio keuntungan atau rasio profitabilitas.

Lebih lanjut menurut Riyanto (2008, hal 35) menjelaskan, “Rentabilitas ekonomi ialah perbandingan antara laba usaha dengan modal sendiri dan modal asing yang dipergunakan untuk menghasilkan laba tersebut, dan dinyatakan dengan prosentase”.

Manajemen perusahaan dalam praktiknya dituntut untuk mampu memenuhi target yang telah ditetapkan. Untuk mengukur tingkat keuntungan suatu perusahaan digunakan rasio keuntungan atau rasio profitabilitas.

Menurut Brigham dan Houston (2006, hal.90), “Rasio laba bersih terhadap total aktiva mengukur pengembalian atas total aktiva (ROA) setelah bunga dan pajak.

Return On Asset (ROA) menunjukkan kembalian atau laba perusahaan yang dihasilkan dari aktifitas perusahaan yang digunakan untuk menjalankan perusahaan. Semakin besar rasio ini maka profitabilitas perusahaan akan semakin baik.

Menurut Horne dan Wachowicz (2006, hal.235), “ROA mengukur efektivitas keseluruhan dalam menghasilkan laba melalui aktiva yang tersedia; daya untuk menghasilkan laba dari modal yang diinvestasikan.

Riska Nasution (2013) secara parsial Return On Asset (ROA) berpengaruh terhadap Price to Book Value (PBV) pada Perusahaan yang diteliti dalam penelitian adalah perusahaan industri barang konsumsi.

Dari hasil penelitian maka menunjukkan bahwa Return On Asset berpengaruh signifikan terhadap Price Book Value, dan hasil penelitian ini sesuai dengan beberapa penelitian terdahulu dan beberapa teori yang mendukung.

3. Profitabilitas Memoderasi Hubungan Antara *Corporate Social Responsibility* Dengan Nilai Perusahaan

Return on Asset memiliki t_{hitung} sebesar 1.777 dengan nilai signifikan 0,085, sedangkan t_{tabel} adalah 1,688, sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,777 > 1,688$), maka Return On Asset secara individual mempengaruhi Price Book Value. Signifikansi penelitian menunjukkan angka $> 0,05$ ($0,085 > 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya Return On Asset berpengaruh tidak signifikan terhadap *Price Book Value*.

Dalam hal perolehan aktiva perusahaan sudah dapat dikatakan bagus, karena harta yang dimiliki dapat ditingkatkan. Namun harta yang meningkat juga tidak menjamin laba ikut meningkat karena jika perputaran dari harta tersebut meningkat tetapi tidak diikuti dengan peningkatan pada laba maka akan mengakibatkan laba suatu perusahaan menurun, tujuan jangka pendek perusahaan tidak tercapai, aktivitas perusahaan menjadi terganggu dan tujuan jangka panjang tidak dapat terealisasi. Menurut Kasmir, (2012, hal.201) Sehingga untuk dapat mengatasi hal tersebut perusahaan dapat melakukannya dengan menekan serta mengendalikan biaya operasional perusahaan, menaikkan tingkat laba, mengatasi persaingan yang semakin tajam antara perusahaan sejenis, serta perlu adanya

kebijaksanaan dari pimpinan perusahaan dalam menetapkan suatu standar profit yang harus dicapai pada periode yang mendatang.

Kusumadilaga (2010) bahwa Profitabilitas tidak sebagai variabel moderating tidak dapat mempengaruhi hubungan pengungkapan CSR dan nilai perusahaan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dikemukakan dalam Bab IV, maka kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah

1. Corporate social responsibility secara parsial tidak mempengaruhi Price Book Value. Hal ini membuktikan bahwa perusahaan tidak memiliki hubungan antara Corporate social responsibility dengan nilai perusahaan yang diukur dengan harga saham, yang berarti perusahaan tidak dapat mengelola corporate social responsibility dengan baik untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat tentang kepedulian perusahaan terhadap lingkungannya.
2. *Return On Asset* secara parsial berpengaruh tidak signifikan *Price Book Value*. Hal ini membuktikan bahwa *Return On Asset* tidak memiliki hubungan antara *Return On Asset* dengan nilai perusahaan yang diukur dengan Price Book Value, yang berarti perusahaan tidak berhasil dalam mengelola asset untuk menghasilkan laba sehingga laba yang dihasilkan berkurang dan investor tidak tertarik untuk menginvestasikan modalnya ke perusahaan tersebut.
3. *Return On Asset* tidak dapat memoderasi hubungan antara corporate social responsibility dengan Price Book Value. Hal ini membuktikan bahwa *Return On Asset* tidak dapat memediasi hubungan antara corporate social responsibility dan Price Book Value, hal ini disebabkan karena pada beberapa tahun nilai rata-rata *Return On Asset* yang mengalami penurunan sehingga

perusahaan tidak mampu menghasilkan laba dari asset yang ada di perusahaan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti mencoba memberikan saran bagi penelitian selanjutnya.

1. Perusahaan agar lebih meningkatkan kondisi sosial agar dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan sehingga investor percaya kepada perusahaan bahwa perusahaan tersebut mampu mengelola keuntungan yang digunakan untuk kepeduliannya terhadap lingkungan sehingga dapat menarik kepercayaan masyarakat kepada perusahaan tersebut.
2. Perusahaan sebaiknya lebih meningkatkan asset yang dihasilkan dalam meningkatkan laba perusahaan. Dengan adanya asset yang cukup digunakan untuk kegiatan operasional perusahaan maka menunjukkan perusahaan tersebut mampu menghasilkan laba dari asset yang digunakan sehingga laba tersebut bisa digunakan untuk kegiatan corporate social responsibility perusahaan.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan menambah variabel dan jumlah sampel penelitian agar mendapatkan hasil yang lebih akurat. Dengan adanya variabel dan jumlah sampel yang lebih baik lagi maka kemungkinan mendapatkan hasil yang baik juga sehingga adanya perbedaan antara penelitian saat ini dengan penelitian yang akan datang dan akan menjadi acuan dalam penelitian-penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Buku Pedoman Penulisan Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Daft, Richard L. 2012. *Era Baru Manajemen*. Salemba Empat, Jakarta.
- Erlina. 2011. *Metodologi Penelitian*, PSI USU, Medan
- Ghozali dan A. Chariri. 2007. *Teori Akuntansi*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam, 2009. *Aplikasi Analisis Multivariative dengan Program SPSS*, Edisi 4, Cetakan Ke-4, Badan Penerbit UNDIP, Semarang.
- Gunawan, Juniati. 2009. *Commitment in implementing and developing Sustainable Development Goals, Article*, Universitas Trisakti, Jakarta. Gunawan's blog at <http://www.ncsr-id.org>
- Harahap, Sofyan Syafri. 2012. *Teori Akuntansi*, Edisi Revisi, PT. Rajawali Persada, Jakarta.
- Harmono, 2009. *Manajemen Keuangan:berbasis balanced scorecard*, Edisi 1, Cetakan ke-1, Bumi Aksara, Jakarta.
- Indonesia, 2007. Undang – Undang Republik Indonesia No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas.
- Keown,Arthur J,John Martin,William Petty dan David F.Scott, 2005. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan, alih bahasa Haris Munandar, Buku satu*, Salemba Empat, Jakarta.
- Lako, Andreas. 2011. *Dekonstruksi CSR & Reformasi Paradigma Bisnis dan Akuntansi*. Erlangga, Jakarta.
- Margaretha, Farah, 2011. *Manajemen Keuangan untuk Manajer Nonkeuangan*, Erlangga, Jakarta.
- Nurdizal, M. Rachman, Asep Efendi dan Emir Wicaksana. 2011. *Panduan Lengkap Perencanaan CSR*. Jakarta : Penebar Swadaya.
- Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan No. 1 (Revisi 2009) *Penyajian Laporan Keuangan*, Dewan Standar Akuntansi Keuangan-Ikatan Akuntansi Indonesia, Jakarta.
- Purwanto, Agus. 2011. *Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, terhadap Corporate Social Responsibility*. Jurnal Akuntansi & Auditing, 8(1), November 2011, h: 1-94.

Sarwono, Jonathan dan Ely Suhayati, 2010. *Riset Akuntansi Menggunakan SPSS*, Edisi Pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta.

Situmorang, Syafrizal Helmi dan Muslich Lutfi. 2012. *Analisis Data Untuk Riset Manajemen dan Bisnis*, Edisi 2, USU Press, Medan.

Solihin, Ismail. 2009. *Corporate Social Responsibility: From Charity to Sustainability*. Salemba Empat, Jakarta.

Wibisono, Yusuf. 2007. *Membedah Konsep & Aplikasi CSR*. Fascho Publishing, Jakarta.

Jurnal

Astiari, Ni Luh Putu Arin, dkk. 2014. *Pengaruh Pertanggung Jawaban Sosial Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)*, *e-Journal*, S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Akuntansi Program S1 (Volume 2 No: 1 Tahun 2014).

Agustine, Ira. 2014. "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan", *FINESTA* Vol. 2, No. 1, (2014) 42-47.

Kusumadilaga, Rimba. 2010. *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)*, Skripsi, Universitas Diponegoro, Semarang.

Nurlela, Rika dan Islahuddin. 2008. *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Persentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta)*, Simposium Nasional Akuntansi XI.

Putri, Desi Khasma Harena. 2011. *Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Struktur Modal Sebagai Variabel Pemoderasi Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*, Skripsi, Universitas Sumatera Utara, Medan.

Retno M, Reny Dyah dan Priantinah, Denies. 2012. "Pengaruh Good Corporate Governance Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap

Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2007-2010)". Jurnal Nominal. Vol I. No I.

Rosiana, Gusti Ayu Made Ervina, dkk. 2013. *Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi*. ISSN: 2302-8556, E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana 5.3 (2013) : 723-738

Sinamo, Patut Henni Santaria. 2014. "*Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar di BEI)*", Skripsi, Universitas Sumatera Utara, Medan.

Sutopoyudo. 2009. *Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Profitabilitas Perusahaan*. Sutopoyudo's weblog at <https://sutopoyudo.wordpress.com>