

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

SKRIPSI

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



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Oleh:

**NAMA : NAHARA FADHILA
NPM : 1505160415
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2019**



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Jl. Kapt. Muchtar Basri No. 3 Telp. (061) 66224567 Medan 20238

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Panitia Ujian Strata-I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidangnya yang diselenggarakan pada hari Jum,at, tanggal 27 September 2019, pukul 08.00 WIB sampai dengan selesai, setelah mendengar, melihat, memperhatikan dan seterusnya :

MEMUTUSKAN

Nama : NAHARA FADHILA
N P M : 1505160415
Program Studi : MANAJEMEN
Judul Skripsi : PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI MODERATING PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

Dinyatakan : (B/A) *Lulus Yudisium dan telah memenuhi persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.*

TIM PENGUJI

Penguji I

Penguji II

JASMAN SYARIFUDDIN HSB., S.E., M.Si.

MUTIA ARDA, SE., M.Si.

Pembimbing

RADIMAN, SE., M.Si

PANITIA UJIAN

Ketua

Sekretaris

H. JANURI, SE., MM., M.Si

ADE GUNAWAN, SE., M.Si

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN SKRIPSI

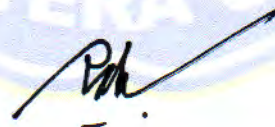
Skripsi ini disusun oleh:

NAMA LENGKAP : NAHARA FADHILA
N.P.M : 1505160415
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN KEUANGAN
JUDUL PENELITIAN : *PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI MODERATING PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) PERIODE 2013-2017*

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi.

Medan, September 2019

Pembimbing



RADIMAN, S.E., MS.i

Diketahui/Disetujui
Oleh :

Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMSU



JASMAN SYARIFUDDIN HSB, S.E, M.Si.

Dekan

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMSU



H. JANURI, SE, M.M, M.Si.



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapt. Mukhtar Basri No.3 Telp. (061) 6623301 Fax. (061) 6625474

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Lengkap : NAHARA FADHILA
N.P.M : 1505160415
Program Studi : MANAJEMEN
Konsentrasi : KEUANGAN
Judul Penelitian : PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN
PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATING
PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN YANG
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

Tanggal	Deskripsi Hasil Bimbingan Skripsi	Paraf	Keterangan
3 - 9 - 2019	BAB IV = 1. Perbaiki point populasi	f	
	2. Perbaiki Uji Autokorelasi : DW		
6. 9 2019	BAB IV = 3. Perbaiki Pengambilan kep. Uj. t	f	
	4. Perbanyak Teori Pembahasan		
	5. Perbanyak Jurnal Pembahasan		
9. 9 2019	BAB V = perbaiki Saran	f	
12. 09. 2019	Acc Sidang Meja Hijau	f	

Medan, September 2019
Diketahui / Disetujui
Ketua Program Studi Manajemen

Dosen Pembimbing

(RADIMAN, S.E., M.Si)

(JASMAN SYARIFUDDIN, S.E., M.Si)



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapt. Mukhtar Basri No.3 Telp. (061) 6623301 Fax. (061) 6625474

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Lengkap : NAHARA FADHILA
N.P.M : 1505160415
Program Studi : MANAJEMEN
Konsentrasi : KEUANGAN
Judul Penelitian : PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATING PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI)

Tanggal	Deskripsi Hasil Bimbingan Proposal	Paraf	Keterangan
2 Mei 2019	BAB I = - Identifikasi Masalah - - Batasan Masalah		
9 Mei 2019	BAB II = - Faktor Faktor (ROA, NP) - Manfaat CSR, ROA, NP - Pengertian CSR, ROA, NP		
10 Mei 2019	BAB II = - kerangka konseptual - Hipotesis		
13 Mei 2019	BAB III = - Jadwal Penelitian - Analisis Linear		
	BAB I = - Daftar Pustaka - Daftar Isi - Kata Pengantar Beserta Lampiran		
14 Mei 2019	Acc Proposal		

Dosen Pembimbing

(RADIMAN, SE., M.Si)

Medan, Mei 2019
Diketahui / Disetujui
Ketua Program Studi Manajemen

(JASMAN SYARIFUDDIN, SE., M.Si)

SURAT PERNYATAAN PENELITIAN/SKRIPSI

Nama : NAHARA FADHILA
NPM : 1505160415
Konsentrasi : MANAJEMEN KEVANGKARAN
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis (~~Akuntansi/Perpajakan/Manajemen/~~Ekonomi
~~Pembangunan~~)
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Menyatakan Bahwa ,

1. Saya bersedia melakukan penelitian untuk penyusunan skripsi atas usaha saya sendiri , baik dalam hal penyusunan proposal penelitian, pengumpulan data penelitian, dan penyusunan laporan akhir penelitian/skripsi
2. Saya bersedia dikenakan sanksi untuk melakukan penelitian ulang apabila terbukti penelitian saya mengandung hal-hal sebagai berikut
 - Menjiplak /plagiat hasil karya penelitian orang lain
 - Merekayasa data angket, wawancara, obeservasi, atau dokumentasi.
3. Saya bersedia dituntut di depan pengadilan apabila saya terbukti mamalsukan stempel, kop surat, atau identintas perusahaan lainnya.
4. Saya bersedia mengikuti sidang meja hijau secepat-cepatnya 3 bulan setelah tanggal dikeluarkannya surat "Penetapan Proyek Proposal / Makalah/Skripsi dan Penghunjukan Dosen Pembimbing " dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU.

Demikianlah Pernyataan ini saat perbuat dengan kesadaran sendiri

Medan, 08 - 12 2018

Pembuat Pernyataan



NB :

- Surat Pernyataan asli diserahkan kepada Program Studi Pada saat Pengajuan Judul.
- Foto Copy Surat pernyataan dilampirkan di proposal dan skripsi.

ABSTRAK

Nahara Fadhila (1505160415) Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Moderating Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan (*Price Earning Ratio*) pada perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI. Pengaruh Profitabilitas (*Return On Assets*) Terhadap Nilai Perusahaan (*Price Earning Ratio*) pada perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI. Pengaruh Profitabilitas sebagai variabel *moderating* dalam hubungan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan (*Price Earning Ratio*). Penelitian ini bersifat asosiatif dengan pendekatan yang dilakukan yaitu pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017 yang berjumlah 41 perusahaan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan *purposive sampling*, sehingga untuk penarikan sampel dalam penelitian ini berjumlah 8 perusahaan Pertambangan. *Variable Independent* yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Corporate Social Responsibility (Dummy Skor)* kemudian *Variable Dependent* penelitian ini adalah Nilai Perusahaan (*Price Earning Ratio*) sedangkan yang menjadi *Variable Moderating* penelitian ini adalah Profitabilitas (*Return On Assets*). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Linear Sederhana, Uji Asumsi Klasik, Uji Hipotesis dan Koefisien Determinasi. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program *software SPSS (Statistic Package for the Social Scient)* versi 18.00 *for windows*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (*Price Earning Ratio*). Dan *Return On Assets* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *Price Earning Ratio*. *Return On Assets* berpengaruh signifikan dalam memoderasi *Corporate Social Responsibility* dengan *Price Earning Ratio*.

Kata Kunci : *Corporate Social Responsibility, Return On Assets, Price Earning Ratio*

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh

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

Selama proses penulisan dan penyusunan skripsi ini penulis tidak terlepas dari bimbingan, dukungan dan nasehat serta pengarahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segala kerendahan serta ketulusan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Dan pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ayahanda Ahmad Nur dan Ibunda Sri Rahayu yang telah mencurahkan segala bentuk dukungan termasuk didikannya baik moril maupun materil serta do'a restu yang tak pernah putus sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

2. Bapak Dr. H Agussani, M.AP, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak H. Januri,SE.,MM.,M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Ade Gunawan SE., M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Dr. Hasrudy Tanjung, SE, M.Si selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Jasman Syaripuddin,SE., M.Si, selaku ketua program studi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Dr. Jufrizen, SE, MS.i selaku Sekretaris program studi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Bapak Radiman, SE., M.Si., selaku dosen pembimbing yang selalu memberi dan mengarahkan serta mempermudah penulis dalam menyelesaikan skripsi.
9. Ibu Sri Fitri Wahyuni., SE.,MM., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan yang banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
10. Bapak/Ibu Dosen selaku staf pengajar yang tidak dapat penulis sebutkan yang mana telah membekali penulis dengan berbagai ilmu pengetahuan.
11. Teman - teman seperjuangan Arini Chairrida, Lady Alqarimah Nst, Nadila Widya, Nur Mawaddah, Silka Isra Mirianda, Siti Hafsyah Hasibuan dan Tia Monica yang InsyaAllah bersama- sama akan menyanggah gelar Sarjana Manajemen.

Akhir kata, penulis mengucapkan banyak terima kasih yang mana Skripsi ini tidaklah luput dari segala kekurangan, maka dari itu penulis mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan dapat memperbaiki skripsi ini sehingga dapat memberikan manfaat yang berguna bagi semua pihak.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh

Medan, September 2019

Penulis

Nahara Fadhila
(1505160415)

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	11
C. Batasan Masalah.....	12
D. Rumusan Masalah	13
E. Tujuan Penelitian.....	14
F. Manfaat Penelitian.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
A. Landasan Teori	16
1. <i>Corporate Socail Responsibility</i>	16
a. Pengertian <i>Corporate Social Responsibility</i>	16
b. Faktor Yang Mempengaruhi CSR.....	18
c. Manfaat <i>Corporate Social Responsibility</i>	20
d. Pengukuran <i>Corporate Social Responsibility</i>	22
2. Nilai Perusahaan	28
a. Pengertian <i>Price Earning Ratio</i>	28
b. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi <i>Price Earning Ratio</i>	31
c. Manfaat <i>Price Earning Ratio</i>	32
d. Pengukuran <i>Price Earningb Ratio</i>	33
3. <i>Return On Assets</i>	34
a. Pengertian <i>Return On Assets</i>	34
b. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi <i>Return On Assets</i> ...	36

c. Manfaat <i>Return On Assets</i>	37
d. Pengukuran <i>Return On Assets</i>	38
B. Kerangka Konseptual	39
C. Hipotesis	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	45
A. Pendekatan Penelitian.....	45
B. Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel	45
C. Tempat Dan Jadwal Penelitian	48
D. Populasi Dan Sampel.....	48
E. Jenis Dan Sumber Data	50
F. Teknik Pengumpulan Data	51
G. Teknik Analisis Data	51
H. Teknik Analisis Regresi	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	61
A. Hasil Penelitian.....	61
B. Pembahasan	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	85
A. Kesimpulan	85
B. Saran.....	86

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Data Harga Per Saham Pada Perusahaan Pertambangan Periode 2013-2017	3
Tabel I.2	Data Laba Perlembar Saham Pada Perusahaan Pertambangan Periode 2013-2017	4
Tabel I.3	Data Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Pertambangan Periode 2013-2017	8
Tabel I.4	Data Laba Setelah Pajak Dan Bunga Pada Perusahaan Pertambangan periode 2013-2017	9
Tabel I.5	Data Total Aset Pada Perusahaan Pertambangan Periode 2013-2017	10
Tabel II.1	Indikator CSR menurut GRI	23
Tabel III.1	Jadwal Penelitian dan Proses Skripsi	48
Tabel III.2	Sampel Penelitian Perusahaan Pertambangan	50
Tabel IV.1	Sampel Perusahaan Pertambangan	62
Tabel IV.2	Data <i>Price Earning Ratio</i>	63
Tabel IV.3	Data <i>Corporate Social Responsibility</i>	65
Tabel IV.4	Data <i>Return On Assets</i>	66
Tabel IV.5	Hasil Uji Normalitas	68
Tabel IV.6	Hasil Uji Multikolinearitas	71
Tabel IV.7	Hasil Uji Autokorelasi	73
Tabel IV.8	Hasil Analisis Regresi Sederhana	74
Tabel IV.9	Hasil Regresi Moderasi.....	75
Tabel IV.10	Hasil Uji t (Parsial)	77
Tabel IV.11	Daftar Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	81
Tabel IV.12	Hasil Koefisien Determinasi	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1	Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan	41
Gambar II. 2	Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan	42
Gambar II.3	Kerangka Konseptual	43
Gambar III.1	Kriteria Pengujian Hipotesis Uji t.....	58
Gambar IV.1	Grafik Normal P-Plot.....	69
Gambar IV.2	Grafik Histogram	70
Gambar IV.3	Hasil Uji Heterokedastisitas.....	72
Gambar IV.4	Kriteria Pengujian Hipotesis Uji t 1.....	78
Gambar IV.5	Kriteria Pengujian Hipotesis Uji t 2.....	79
Gambar IV.6	Kriteria Pengujian Hipotesis Uji t 3.....	80

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sebuah perusahaan pada umumnya mendirikan usaha dengan tujuan mendapatkan laba atau keuntungan dengan jumlah yang besar, namun hal tersebut bukanlah menjadi tujuan sebenarnya melainkan meningkatkan taraf kemakmuran bagi pemilik atau investor dan untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Tujuan tersebut sebenarnya tidak banyak berbeda, bahkan saling berhubungan dan mendukung satu dengan yang lainnya.

namun prioritasnya adalah tujuan itu sendiri dapat membedakan satu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Perusahaan yang nantinya menghasilkan *profit* atau keuntungan dapat mendorong perusahaan tersebut untuk tumbuh dan berkembang sehingga dapat meningkatkan nilai (*value*) bagi pemegang saham (*stakeholder*).

Nilai perusahaan dalam pemaksimalannya sangatlah penting yangmana hal tersebut mempengaruhi pandangan investor terhadap perusahaan. Dimana nilai perusahaan bukan saja mencerminkan nilai intrinsik pada harga dan nilai sahamnya saja, namun juga mencerminkan prospek atau kemajuan serta harapan akan kemampuan perusahaan tersebut dalam meningkatkan nilai kekayaan dimasa yang akan datang (Lubis, Sinaga dan Sasongko, 2017).

Nilai perusahaan dapat menjadi sebuah alternatif pengukuran bagi calon investor yang mana dapat digunakan seminimal mungkin dengan memperhatikan jumlah modal sekarang yang akan diinvestasikan pada perusahaan-perusahaan agar berjalan dengan baik dan mecapai hasil maksimal (Indriyani, 2017).

Banyak perusahaan didalam perkembangan usahanya selalu berusaha dalam mempertahankan kualitas bisnisnya dengan tujuan semata-mata untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Maka dengan itu nilai perusahaan bukan hanya satu-satunya faktor yang menjadi tolak ukuran pemegang saham, yang dikarenakan hal tersebut bukan hanya menggambarkan bagaimana nilai intrinsik pada saat ini, akan tetapi mengembangkan prospek kedepannya dan memenuhi harapan-harapan terhadap kemampuan perusahaan yang akan meningkatkan nilai kemakmuran perusahaan dimasa mendatang. Nilai perusahaan akan dapat meningkat secara berkelanjutan apabila perusahaan tersebut dapat menerapkan dimensi ekonomi, dimensi sosial dan dimensi lingkungan hidup. Dimensi ekonomi dapat diterapkan melalui profitabilitas perusahaan sementara dimensi sosial beserta dimensi lingkungan hidup dapat diterapkan melalui *corporate social responsibility* (CSR) (Wahyuni, 2018).

Untuk melihat tinggi atau rendahnya kinerja saham perusahaan melalui nilai perusahaan tersebut maka pengukurannya dapat menggunakan rasio penilaian yang sudah ditetapkan perusahaan. Dalam perhitungannya *Price Earning Ratio* (PER) merupakan perbandingan *Price Per Share* (Harga Per Saham) dengan *Earning Per Share* (Laba Per Saham) yang ada di perusahaan.

Adapun berikut ini data nilai perusahaan yang dapat dilihat pada beberapa perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017 adalah sebagai berikut :

Tabel 1.1
Data Harga Per Saham
Pada perusahaan pertambangan periode 2013-2017

No	Kode Perusahaan	Harga Per Saham					Rata-Rata
		2013	2014	2015	2016	2017	
1	ELSA	330	685	247	420	372	410,800
2	TINS	1540	1230	505	1075	775	1.025,000
3	ESSA	2375	2995	1650	1620	220	1.772,000
4	PTBA	10200	12500	4525	12500	2460	8.437,000
5	ITMG	28500	15375	5725	16875	20700	17.435,000
6	RUIS	192	217	215	236	232	218,400
7	GEMS	2175	2000	1400	2700	2750	2.205,000
8	ARTI	181	101	170	50	50	110,400
	Jumlah	45493	35103	14437	35476	27559	31.613,600
	Rata-rata	5.686,625	4.387,875	1.804,625	4.434,500	3.444,875	3.951,700

Sumber : Bursa Efek Indonesia, 2013-2017

Dari tabel diatas dapat dilihat data harga per saham dari 8 perusahaan *Pertambangan* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia terdapat 6 perusahaan berada dibawah rata-rata dan 2 perusahaan lainnya berada diatas rata-rata. Hal ini menunjukkan perusahaan yang berada dibawah rata-rata mempengaruhi nilai perusahaan karena peningkatan laba perlembar saham tidak diikuti dengan peningkatan harga sahamnya. Dimana seharusnya peningkatan harga saham apabila dapat diubah terhadap laba perlembar saham akan mampu menjamin harga sahamnya. Maka dengan itulah perusahaan dikatakan likuid namun pada kenyataannya hal itu tidak dapat meningkatkan nilai PER. Karena penilaian PER yang bagus dapat dicapai apabila laba perlembar saham meningkat setiap tahun serta diikuti dengan harga saham yang tidak berubah maka otomatis PER akan semakin rendah.

Tabel 1-2
Data Laba Perlembar Saham
Pada perusahaan pertambangan periode 2013-2017

No	Kode perusahaan	Laba Per Lembar Saham (Disajikan Dalam Jutaan Rupiah)					Rata-rata
		2013	2014	2015	2016	2017	
1	ELSA	32,62	56,51	51,43	42,60	33,86	43,404
2	TINS	102,34	85,66	13,64	51,43	67,46	60,582
3	ESSA	162,63	121,98	65,75	13,64	31,5	77,046
4	PTBA	792,55	875,02	883,59	65,75	1942,79	1.072,928
5	ITMG	942,68	2203,61	818,60	883,59	3028,81	1.709,594
6	RUIS	38,48	72,34	53,61	51,43	27,17	741,714
7	GEMS	28,75	22,68	5,03	13,64	271,13	81,254
8	ARTI	25,80	15,60	3,08	5,03	1,30	9,268
	Jumlah	2125,850	3453,400	1894,730	3,08	5404,020	3795,790
	Rata-rata	265,731	431,675	236,841	762,619	675,503	474,474

Sumber : Bursa Efek Indonesia, 2013-2017

Dari tabel diatas dapat dilihat data laba perlembar saham atau EPS dari 8 perusahaan *Pertambangan* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia terdapat 5 perusahaan berada dibawah rata-rata dan 3 perusahaan lainnya berada diatas rata-rata. Hal ini sama dengan tabel sebelumnya yakni rendahnya harga per saham jika perusahaan mengalami penurunan pada EPS atau laba perlembar sahamnya maka harga saham pun cenderung ikut mengalami penurunan sehingga dampak pada perusahaan adalah kurangnya investor yang ingin menanamkan modalnya pada perusahaan dan jatuhnya nilai kualitas perusahaan dimata investor karena seperti yang diketahui nilai perusahaan mencerminkan perusahaan tersebut sehat atau bahkan sebaliknya

Disamping itu, Salah satu tujuan utama didirikannya perusahaan adalah untuk memperoleh keuntungan yang maksimal. Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan adalah kunci keberhasilan perusahaan untuk dapat dikatakan mempunyai kinerja perusahaan yang baik. Pemegang perusahaan harus dapat menganalisa laporan keuangan perusahaannya untuk mengetahui sejauh

mana kinerja keuangan perusahaannya. Salah satu cara lainnya untuk dapat menganalisis perusahaan adalah menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Koloay, Montolalu dan Mangindaan, 2018).

Tanggung jawab sosial perusahaan dapat dikatakan sebagai hubungan yang terjadi antara satu perusahaan dengan semua *stakeholder*, termasuk didalamnya adalah pelanggan, pegawai, komunitas, investor, pemerintah, *supplier* dan bahkan kompetitor. Maka dari itu tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) merupakan keberpihakan perusahaan terhadap masyarakat maupun lingkungan (Herry dan Ariyanto, 2012).

Tanggung jawab sosial sebagai sebuah gagasan perusahaan tidak hanya dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya saja. Tanggung jawab perusahaan harus berpatokan pada *triple bottom line*. Yang dimaksud dengan *triple bottom line* adalah *profit, people, dan planet*. Perusahaan tidak hanya fokus terhadap *profit* atau laba, tetapi juga terhadap (*people*) manusia dan (*planet*) atau lingkungan. Hal ini karena kondisi keuangan saja tidak cukup untuk menjamin kesuksesan perusahaan (Iskandar, 2016).

Tanggung Jawab Sosial (*Corporate Social Responsibility*) yang sebelumnya masih merupakan isu marginal, kini telah menjadi isu yang semakin populer dikalangan pengusaha menyangkut isu sosial dan lingkungan, bahkan ditempatkan pada posisi yang kian penting. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu mengelola bisnis operasinya dengan memahami esensi serta manfaatnya yang berorientasi secara positif terhadap masyarakat dan lingkungan (Hadi, 2011).

Kegiatan *Corporate Social Responsibility* sendiri di Indonesia didasari oleh UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, dalam pasal 74 ayat 1 oleh pemerintah bagi para pemeran bisnis akan pentingnya menjaga kelestarian lingkungan alam mengoperasikan usahanya dibidang sumber daya alam dan bidang yang berkaitan dengan sumber daya alam harus menerapkan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dengan adanya Undang Undang tersebut diharapkan CSR bukan hanya menjadi kesukarelaan perusahaan, tetapi menjadi kewajiban setiap perusahaan (Hanjaja, 2013).

Atas dasar inilah, banyak perusahaan yang mulai mengembangkan CSR (*Corporate Social Responsibility*). CSR kini tidak hanya dipandang sebagai tanggung jawab sosial saja namun suatu keharusan dan kewajiban bagi sebuah perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan dapat menunjukkan rasa kepedulian perusahaan terhadap kepentingan pihak-pihak lain secara luas jadi bukan hanya dalam pihak internal saja namun pihak eksternalnya.

Untuk menciptakan pembangunan yang berkelanjutan, dalam operasinya perusahaan harus memperhatikan aspek ekonomi, aspek sosial serta aspek perlindungan lingkungan. Oleh sebab itu, muncul kesadaran untuk mengurangi dampak yang kurang baik dari operasi bisnis dengan pengembangan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Penetapan CSR tidak lagi dianggap sebagai *cost* , melainkan investasi perusahaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan yang melaksanakan *Corporate Social Responsibility* akan mendapatkan respon positif dari para pelaku pasar (Gunawan dan Utami, 2008).

Perusahaan pertambangan dipilih karena kegiatan operasional bisnisnya bersentuhan secara langsung dengan sumber daya alam yang dampaknya secara

langsung terhadap lingkungan. Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki sumber daya alam yang sangat melimpah, dimana salah satunya adalah bahan tambang. Hal tersebut tidak dapat dipungkiri bahwa industri pertambangan Indonesia masih menjadi primadona utama bagi para investor-investor baik dari dalam maupun dari luar yang mana bergabung untuk menanamkan modal saham atau berinvestasi didalamnya.

Sangat tidak diherankan dimana terkadang perusahaan pertambangan mengeksploitasi sumber daya alam yang mana sangat memungkinkan terjadinya kerusakan terhadap lingkungan yang dioperasikan oleh perusahaan hanya demi memanfaatkan keuntungan yang mana nantinya akan didapat. Sebagaimana yang telah kita ketahui bahwa kegiatan pertambangan di Indonesia mengalami sejarah yang sangat buruk, ini merupakan tugas bagi perusahaan untuk menghapus pemikiran negatif dikalangan masyarakat dan investor, dengan cara menerapkan sistem *Corporate Social Responsibility* yang diharapkan agar dapat lebih meningkatkan nilai perusahaan dan kelangsungan hidup perusahaan dapat terus berlanjut:

Adapun data jumlah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017 pada tabel berikut ini:

Tabel 1-3
Data Pengungkapan CSR
Pada perusahaan pertambangan periode 2013 – 2017

NO	Kode Perusahaan	Total Emiten (pengungkapan CSR)					Rata-Rata
		2013	2014	2015	2016	2017	
1	ELSA	59	50	70	58	36	54,6
2	TINS	53	64	61	60	65	60,6
3	ESSA	29	35	41	24	47	35,2
4	PTBA	51	57	57	59	58	56,4
5	ITMG	59	43	56	55	58	54,2
6	RUIS	73	66	66	48	49	60,4
7	GEMS	29	43	36	51	61	44,0
8	ARTI	66	63	59	50	56	58,8
Jumlah		419	421	446	405	430	424,2
Rata-rata		52,4	52,6	55,8	50,6	53,8	53,0

Sumber : Bursa Efek Indonesia & GRI G3, 2013-2017

Dilihat dari tabel diatas rata-rata pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan pertambangan tahun 2013-2017 adalah 53,0 terdapat hanya 2 perusahaan berada dibawah rata-rata, sedangkan 6 perusahaan berada diatas rata-rata. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang mengungkapkan CSR dibawah rata-rata menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memperoleh laba yang rendah, maka perusahaan tersebut belum dapat melakukan program CSR dengan keterbatasan laba yang dihasilkan. Sebaliknya jika perusahaan yang mengungkapkan CSR diatas rata-rata menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memperoleh laba yang tinggi. Jika laba tinggi, perusahaan akan memperbanyak program tanggungjawab sosialnya karena laba yang dihasilkan dapat digunakan untuk pendanaan program CSR tersebut.

Perusahaan-perusahaan yangmana tidak menerapkan program CSR akan mengakibatkan masyarakat sekitar lingkungan perusahaan khususnya menjadi demo yang berdampak pada perusahaan itu sendiri seperti terhentinya kegiatan operasional perusahaan tersebut yang menghasilkan kerugian, sebaliknya

perusahaan yang melakukan CSR dengan baik dapat terhindar dari protes masyarakat sehingga kegiatan perusahaan berjalan dengan efektif guna mencapai laba (profit) secara keseluruhan (Rahayu, Darminto dan Topowijono, 2014).

Total aktiva secara keseluruhan dari aktiva yang dimiliki perusahaan yang dihasilkan dari aktiva lancar dan aktiva tidak lancar dengan jumlah asset yang tinggi akan menghasilkan kegiatan operasional perusahaan yang optimal diikuti dengan perolehan laba yang tinggi.

Sementara itu perusahaan menggunakan rasio-rasio keuangan yaitu profitabilitas dimana untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atau keuntungan, Rasio profitabilitas juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan yang intinya rasio profitabilitas yang menggambarkan efektivitas perusahaan tersebut, semakin meningkat laba yang diperoleh maka semakin efektif (Kasmir, 2012).

Adapun berikut ini data yang dapat dilihat dari perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017 yakni sebagai berikut :

Tabel 1-4
Data Laba Setelah Pajak dan Bunga
Pada perusahaan pertambangan periode 2013-2017

No	KODE	Laba Setelah Pajak dan Bunga(Disajikan Dalam Jutaan Rupiah)					Rata-rata
		2013	2014	2015	2016	2017	
1	ELSA	242.605	418.092	379.745	316.066	250.754	321.452
2	TINS	515.102	637.954	101.561	251.969	502.417	401.801
3	ESSA	154.271	128.318	67.187	2.076	29.687	76.308
4	PTBA	1.854.281	2.019.214	2.037.111	2.024.405	4.547.232	2.496.449
5	ITMG	2.828.039	2.489.911	924.959	1.756.206	3.423.620	2.284.547
6	RUIS	29.635	55.705	41.281	26.070	20.922	34.723
7	GEMS	170.268	133.822	28.813	470.102	1.634.666	487.534
8	ARTI	66.432	30.078	29.671	9.299	28.884	32.873
Jumlah		5.860.633	5.913.094	3.610.328	4.856.193	10.438.182	6.135.686
Rata-rata		732.579	739.137	451.291	607.024	1.304.773	766.961

Dilihat dari data tabel diatas terlihat bahwa laba setelah pajak dari 8 perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia terdapat 6 perusahaan yang kecendrungan berada dibawah rata-rata dan 2 perusahaan lainnya berada diatas rata-rata. Hal ini menunjukkan bahwa 6 perusahaan tersebut mempengaruhi penurunan saham serta pengungkapan CSR karena rendahnya laba yang dihasilkan maka program melakukan tanggung jawab sosial pun bisa menurun dengan keterbatasan dana dari laba perusahaan. Namun hal ini juga dapat mempengaruhi hasil pengembalian atas aset (*Return On Assets*) dan Nilai perusahaan bahwa perusahaan tidak mampu memberikan kontribusi pada peningkatan laba.

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

Tabel 1-5
Data Total Aset
Pada perusahaan pertambangan periode 2013-2017

No	KODE	Total Aset (Disajikan Dalam Jutaan Rupiah)					Rata-rata
		2013	2014	2015	2016	2017	
1	ELSA	4.370.964	4.245.704	4.407.513	4.190.956	4.855.369	4.414.101
2	TINS	7.883.294	9.752.477	9.279.683	9.548.631	11.876.309	9.668.079
3	ESSA	1.451.268	1.738.909	3.832.607	8.991.606	11.120.121	5.426.902
4	PTBA	11.677.155	14.812.023	16.894.043	18.576.774	21.987.482	16.789.495
5	ITMG	17.081.558	16.258.180	17.271.266	16.254.765	18.407.166	17.054.587
6	RUIS	1.277.943	1.264.143	1.091.754	979.132	959.348	1.114.464
7	GEMS	4.022.394	3.921.803	5.099.191	5.074.374	7.999.679	5.223.488
8	ARTI	1.577.432	1.773.671	1.773.522	2.616.796	2.506.050	2.049.494
	Jumlah	49.342.008	53.766.910	59.649.579	66.233.034	79.711.524	61.740.611
	Rata-rata	6.167.751	1.773.671	7.456.197	8.279.129	9.963.941	7.717.576

Sumber : Bursa Efek Indonesia, 2013-2017

Dari data tabel diatas terlihat bahwa total aset dari 8 perusahaan *pertambangan* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia terdapat 5 perusahaan

berada dibawah rata-rata dan 3 perusahaan lainnya berada diatas rata-rata. Hal ini menunjukkan bahwa total aset perusahaan yang berada dibawah rata-rata tersebut juga mempengaruhi nilai perusahaan serta pengungkapan *Corporate Social Responsibility* karena aset yang dimiliki perusahaan harus mampu menghasilkan laba bersih dari setiap modal yang tertanam dalam total aset.

Jika pada perusahaan *pertambangan* laba dari total aset rendah maka akan berpengaruh pada nilai perusahaan serta pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, namun sebaliknya jika laba dari total aset tinggi maka perusahaan akan meningkatkan harga saham serta pengungkapan CSR.

Berdasarkan pada hal-hal diatas, penulis mencoba melakukan penelitian kembali. Maka penulis tertarik mengambil judul : “ **Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai 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. Data dari harga per saham perusahaan pertambangan kecenderungan mengalami penurunan, di bawah rata-rata perusahaan sejenis yang dikarenakan laba perlembar saham tidak diikuti dengan peningkatan harga sahamnya sehingga beberapa perusahaan tersebut tidak dapat dikatakan likuid.
2. Data laba pelembar saham perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia cenderung menurun karena hal tersebut ditandai

dengan penurunan laba persaham yang otomatis diikuti dengan penurunan harga persaham yang berdampak pada kualitas perusahaan dimata investor.

3. Data total emiten pengungkapan CSR dari perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia mengalami peningkatan yang lebih banyak karena memperoleh laba yang lebih tinggi.
4. Data laba setelah pajak dan bunga dari perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia mengalami lebih banyak penurunan yang dikarenakan rendahnya laba yang dihasilkan sehingga perusahaan tidak mampu berkontribusi dalam meningkatkan laba.
5. Data total asset pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia banyak mengalami penurunan karena tidak mampu memperoleh laba bersih dari setiap modal yang tertanam dalam total asset tersebut.

C. Batasan Masalah

Agar penulis dapat menyelesaikan penelitian ini maka penulis membatasi masalah pada tugas akhir berikut ini, adapun yang menjadi batasan-batasan tersebut yaitu :

1. Penulis hanya membatasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan menggunakan pedoman pelaporan keberlanjutan GRI G3 yang merupakan standart khusus saja, dan tidak mencakup pengungkapan standart umum.
2. Penulis hanya membatasi profitabilitas dengan menggunakan *Return On Assets* (ROA) sebagai salah satu indikator dalam menilai perusahaan dalam menghasilkan laba.

3. Penulis hanya membatasi Nilai Perusahaan yang diukur dengan *Price Earning Ratio* (PER) dimana merupakan salah satu indikator pengukurannya.
4. Penulis melakukan penelitian hanya pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan tidak meneliti perusahaan sektor lainnya.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (*Price Earning Ratio*) pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ?
2. Apakah Profitabilitas (*Return On Asset*) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (*Price Earning Ratio*) pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ?
3. Apakah hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan Nilai Perusahaan (*Price Earning Ratio*) dimoderasi oleh Profitabilitas (*Return On Asset*) pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, penulis melakukan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui :

1. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan (*Price Earning Ratio*) pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
2. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh Profitabilitas (*Return On Asset*) terhadap Nilai Perusahaan (*Price Earning Ratio*) pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh hubungan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan Nilai Perusahaan dimoderasi oleh Profitabilitas (*Return On Asset*) pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Dengan hasil penelitian ini penulis diharapkan dapat menambah pengetahuan dan memberikan tambahan berupa pengembangan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan ekonomi pada manajemen khususnya tentang pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan (*Price Earning Ratio*) dengan profitabilitas (*Return On Asset*) sebagai *moderating* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini bermanfaat bagi pembaca dan para investor. Dimana sebagai bahan pertimbangan para investor maupun calon investor sebelum mengambil keputusan investasi pada perusahaan yang terdaftar Bursa Efek Indonesia (BEI). Manfaat bagi pembaca dapat memberikan gambaran tentang kinerja keuangan dalam hal pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan (*Price Earning Ratio*) dengan profitabilitas (*Return On Asset*) sebagai *moderating* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Bagi para investor, penelitian ini bermanfaat sebagai bahan pertimbangan yang bermanfaat untuk mengambil keputusan atau menentukan jika ingin berinvestasi di perusahaan-perusahaan yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia. Diharapkan penelitian ini menjadi bahan referensi bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang akan meneliti masalah yang sama atau berkaitan dengan masalah ini dimasa yang akan datang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. *Corporate Social Responsibility*

a. *Pengertian Corporate Social Responsibility*

Tanggungjawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR) adalah sebuah sarana bagi suatu organisasi dengan sukarela menyatukan atau perlu memberikan perhatian bagi lingkungan dan sosial kedalam operasinya dan hubungan dengan *stakeholders* lebih daripada tanggung jawab terhadap organisasi dibidang hukum.

CSR adalah sebuah kesepakatan sosial pada perusahaan sebagai bentuk apresiasi perusahaan terhadap masyarakat dan sebagai bentuk kepedulian untuk menggerakkan organisasi dalam melestarikan lingkungan serta tanggung jawab terhadap kesejahteraan tenaga kerja perusahaan pada praktik bisnis perusahaan (Awuy, Sayekti & Purnamawati, 2016).

Corporate Social Responsibility (CSR) memberikan upaya yang nyata kepada sebuah entitas bisnis untuk meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif terhadap seluruh pemangku kepentingan yang tujuannya adalah pembangunan berkelanjutan dari sebuah bisnis.

Tanggungjawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) merupakan salah satu yang mempengaruhi para pemangku kepentingan (*stakeholder*) terhadap keputusan, kebijakan maupun operasi perusahaan guna memenuhi kontrak sosial terhadap masyarakat (Solihin, 2009).

Hal ini berkaitan dalam memenuhi beberapa aspek kepentingan seperti ekonomi, sosial, dan lingkungan secara *voluntary* dimana merupakan suatu kepentingan organisasi di bidang hukum.

Perusahaan dalam mengoperasikan kegiatan bisnisnya hendaklah memiliki keutamaan serta strategi. Eksistensi perusahaan dan pencapaian laba jangka panjang merupakan prioritas perusahaan, perusahaan dalam mencapai prioritas tersebut memerlukan strategi.

CSR adalah sebuah keterbukaan atau transparansi didalam dunia bisnis yang mendasari suatu nilai dan etika, dan rasa peduli baik itu terhadap karyawan, komunitas serta lingkungan masyarakat sekitar, sehingga CSR merupakan sebuah arahan atau (*guideline*) dalam pengambilan keputusan perusahaan (Azheri, 2012).

Dalam penerapan program CSR bagi para pemangku kepentingannya merupakan kewajiban manajemen dalam melakukan tindakan yang matang demi tercapainya kesejahteraan dan kepentingan masyarakat serta bagi perusahaan itu sendiri, Atas dasar inilah perusahaan banyak mengembangkan CSR (*Corporate Social Responsibility*).

Kemampuan menghasilkan laba jangka panjang hanya dapat terlaksana apabila keadaan perusahaan dapat bermanfaat dan didukung oleh *stakeholders*. Dukungan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) akan tercapai jika dampak negatif yang terdapat pada ranah sosial, ekonomi dan lingkungan tidak hanya dapat diminimalisirkan namun bahkan dapat memberikan dampak yang positif yang besar bagi *stakeholders* (Rachman, Efendi & Wicaksana, 2011).

Muncul kesadaran akan pengurangan dampak negatif dari operasi bisnis yang dilakukan yang tidak lagi dianggap sebagai *cost* melainkan investasi perusahaan yang mendapatkan respon positif dari para pelaku pasar.

Adapun pengertian lain dari tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate Social Responsibility*) adalah CSR merupakan suatu kewajiban sosial bagi perusahaan swasta maupun pemerintah terhadap masyarakat sebagai dampak dari perluasan wilayah bisnis dari sebuah organisasi yang mungkin telah mengganggu keseimbangan lingkungan dan sosial masyarakat yangmana menjalankan setiap aktivitasnya (Lamo, 2018).

Karena seperti yang diketahui CSR sebagai usaha sukarela dari perusahaan untuk menciptakan suatu keseimbangan ekonomi dengan keadaan sekitar usaha itu sendiri sehingga CSR bukan hanya sekedar mengikuti *trend* melainkan juga memahami esensi serta manfaat.

Defenisi CSR adalah sebuah bentuk tanggung jawab sosial masyarakat kepada masyarakat (*community*) yang merupakan serangkaian kegiatan yang produktif dari sebuah bisnis perusahaan ditengah-tengah lingkungan masyarakat dan semua *stakeholders* yangmana bertujuan untuk pengembangan kualitas ke arah yang lebih baik dalam berbagai dimensi kehidupan masa depan (Yusuf, 2017).

Meskipun pengertiannya lugas, CSR dapat menjadi sebuah konsep yang sulit untuk dipahami karena para pemangku yang berbeda memiliki persepsi yang berbeda mengenai tindakan apa yang dapat 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*.

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

Setiap unit atau pelaku ekonomi selain berusaha memenuhi kepentingan pemegang saham dan mengkonsentrasikan diri pada pencapaian laba juga mempunyai tanggungjawab sosial. *Corporate social responsibility* dalam

penerapannya memiliki tiga faktor yang mempengaruhi (Krisna dan Suhardianto, 2016) yaitu:

1. Profitabilitas
2. Ukuran Perusahaan
3. Kepemilikan Saham Publik

Berikut penjelasannya, yaitu:

1. Profitabilitas, dalam keterkaitannya dengan tanggung jawab sosial yaitu jika pelaku bisnis melakukan suatu kegiatan usaha harus mendapatkan keuntungan atau *profit* yang besar serta mengikut sertakan program CSR didalamnya. Maka demikian, dengan profitabilitas yang tinggi akan membuka kesempatan yang lebih kepada manajemen dalam mengungkapkan program CSR.
2. Ukuran Perusahaan, memiliki hubungan dimana perusahaan yang lebih besar melakukan kegiatan operasional lebih banyak sehingga memiliki pengaruh lebih terhadap pemegang saham yang mempunyai wewenang dalam menjalankan program sosial yang dilakukan oleh perusahaan dan laporan tahunan menjadi alat ukur yang efisien untuk memberikan informasi ter *update*.
3. Kepemilikan Saham Publik, seperti yang diketahui perusahaan-perusahaan yang telah terdaftar di BEI adalah perusahaan *go public* yang telah memiliki kepemilikan saham oleh publik, yang mana semua aktivitas bersangkutan dengan perusahaan harus dilaporkan atau diketahui oleh publik sebagai salah satu bagian dari pemegang saham.

Pembahasan tentang *corporate social responsibility* yang terdapat pada laporan tahunan atau disebut *annual report* yang memberikan gambaran serta

informasi bagi para pelaku bisnis dalam program sosialisasi perusahaan serta bagaimana menanamkan saham mereka secara premium tersebut.

Dapat diuraikan bahwa implementasi CSR memiliki faktor yang mempengaruhinya yaitu berupa komitmen pemimpin perusahaan, ukuran dan kematangan perusahaan, serta regulasi dan sistem perpajakan yang dilaksanakan secara konsisten akan mampu memperbaiki dan mempererat hubungan antara perusahaan dengan para *stakeholder* yang telah diatur oleh pemerintah (Untung, 2008).

c. Manfaat *Corporate Social Responsibility*

Perusahaan dalam menerapkan tanggung jawab sosial dengan tujuan untuk mempromosikan dan sekaligus pemberdayaan. Promosi dan CSR dipandang sebagai kegiatan yang bermanfaat dan menunjang satu-sama lain bagi kemajuan perusahaan sebagai operasi bisnis yang berkomitmen tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara finansial, melainkan pula untuk pembangunan sosial dan ekonomi kawasan secara holistik, melembaga dan berkelanjutan. Tanggung jawab sosial memberikan dampak manfaat yang cukup banyak baik bagi para pemangku kepentingan yaitu pemilik serta manajemen perusahaan maupun manfaat bagi masyarakat sekitar dengan adanya program penanggulangan secara sukarela dalam memelihara lingkungan perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR) memiliki manfaat dari sisi internal & sisi eksternal bagi perusahaan, masyarakat serta pemerintah yang berkaitan dengan keunggulan kompetitif dalam jangka panjang (Hamdani, 2016) yaitu :

Sisi internal :

1. Pengembangan aktivitas yang berkaitan dengan sumber daya manusia dengan cara menciptakan karyawan yang memiliki keterampilan tinggi.
2. Adanya pencegahan polusi dan reorganisasi pengelolaan proses produksi dan aliran bahan baku, serta hubungan dengan supplier yang berjalan dengan baik yang mengarah pada performa lingkungan perusahaan.
3. Menciptakan budaya perusahaan, kapabilitas sumber daya manusia, dan organisasi yang baik. Pengenalan CSR diharapkan akan memunculkan komitmen karyawan yang kuat terhadap perusahaan dan kemauan untuk belajar. Selain itu, partisipasi para karyawan di dalam perusahaan dan ketrampilan mereka diharapkan dapat meningkat.
4. Meningkatkan kinerja keuangan perusahaan, dimana dengan dilakukannya CSR, kinerja keuangan perusahaan, terutama harga saham bagi perusahaan yang telah go public, menjadi lebih baik.

Sisi Eksternal :

1. Penerapan CSR akan meningkatkan reputasi perusahaan sebagai badan yang mengemban baik atas tanggung jawab sosialnya.
2. CSR merupakan satu bentuk diferensiasi produk yang baik. Artinya, sebuah produk yang memenuhi persyaratan-persyaratan ramah lingkungan dan merupakan hasil dari perusahaan yang bertanggungjawab secara sosial maka itu memerlukan penyesuaian antara aktifitas sosial dengan karakteristik perusahaan.
3. Melaksanakan CSR dengan membuka kegiatan CSR, merupakan salah satu cara yang baik untuk berinteraksi dan berkomunikasi dengan lingkungan masyarakat.

Selain dari beberapa manfaat diatas adapun pendapat berbeda tentang tanggung jawab sosial dimana terdapat 3 manfaat dari tanggung jawab sosial perusahaan (Rafsandjani, 2017) yang terdiri atas :

1. Manfaat bagi perusahaan
2. Manfaat bagi masyarakat
3. Manfaat bagi pemerintah

Dengan penjelasan sebagai berikut, yaitu :

1. Manfaat bagi Perusahaan, mendapatkan citra positif perusahaan dimata msyarakat dan pemerintah.

2. Manfaat bagi Masyarakat, selain kepentingan masyarakat terakomodasi, hubungan masyarakat dengan perusahaan akan lebih erat dalam situasi *WIN-WIN SOLUTION*.
3. Manfaat bagi Pemerintah, memiliki partner dalam melakukan misi sosial dari pemerintah dalam tanggung jawab sosial.

d. Pengukuran *Corporate Social Responsibility*

Alasan terpenting mengapa suatu perusahaan diperlukan adalah agar pihak pemegang saham atau investor dapat melakukan suatu *informed decision* dalam pengambilan keputusan berinvestasi. Berkaitan dengan keputusan investasi, pemegang saham atau investor bukan hanya membutuhkan informasi keuangan namun juga berbagai informasi non keuangan. Kebutuhan tersebut didukung oleh adanya perubahan manajerial perusahaan yang mengakibatkan terjadinya perluasan kebutuhan pemegang saham atau investor akan sebuah informasi baru atau yang paling *terupdate* yang menginformasikan hal-hal yang bersifat kualitatif yang berhubungan dengan perusahaan. Dimana informasi kualitatif dinilai memiliki *value* yang diambil oleh manajemen terhadap fenomena tersebut. Informasi kualitatif ini dapat diungkapkan dengan laporan tahunan (*annual report*) perusahaan.

Pertanggung jawab sosial perusahaan diungkapkan dalam laporan yang dinamakan sebagai *Sustainability Reporting*. *Sustainability Reporting* adalah pelaporan atas kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya pada konteks pembangunan berkelanjutan (*Sustainability Development*). *Sustainability Reporting* meliputi pelaporan atas ekonomi, lingkungan dan pengaruh sosial terhadap kinerja organisasi (Suparjan dan Mulya, 2012).

Pengungkapan sosial lain yang dilakukan oleh perusahaan umumnya bersifat *voluntary* (sukarela), *unaudited* (belum diaudit) dan *unregulated* (tidak dipengaruhi oleh peraturan tertentu). *Corporate Social Responsibility* terbagi atas 3 kategori yaitu kinerja ekonomi, kinerja lingkungan dan kinerja sosial. Sedangkan pada penelitian ini penulis mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan pada pelaporan sosial perusahaan yang didasari pada standar GRI (*Global Reporting Initiative*)

Global Reporting Initiative (GRI) adalah sebuah jaringan yang berbasis organisasi yang telah lebih dulu mendahului perkembangan dunia, banyak menggunakan kerangka laporan berkelanjutan dan berkomitmen secara terus menerus melakukan perbaikan serta penerapan di seluruh dunia (Suparjan dan Mulya, 2012).

Berikut adalah tabel indikator pengungkapan CSR menurut (Sari, 2014) berdasarkan standar GRI, yaitu :

Tabel II.1
Indikator CSR Menurut GRI

INDIKATOR	KINERJA EKONOMI
Aspek	Kinerja Ekonomi
EC 1	Nilai ekonomi yang dihasilkan secara langsung dan didistribusikan, termasuk pendapatan, biaya operasi, kompensasi karyawan, sumbangan dan investasi masyarakat lainnya, laba ditahan, dan pembayaran kepada penyedia modal dan pemerintah.
EC2	Implikasi keuangan dan risiko lainnya dan peluang untuk kegiatan organisasi karena perubahan iklim.
EC3	Penjelasan mengenai rencana usaha termasuk tingkat keuntungan yang akan dihasilkan.
EC4	Bantuan keuangan signifikan yang diterima dari pemerintah.
Aspek	Kehadiran Pasar
EC5	Rentang rasio upah perusahaan dibandingkan dengan upah minimum setempat di lokasi yang sama
EC6	Kebijakan, praktik, dan proporsi pengeluaran pada pemasok lokal yang berbasis di lokasi operasi.
EC7	Prosedur untuk mempekerjakan masyarakat setempat di lokasi operasi perusahaan.

Aspek	Dampak Ekonomi Tidak Langsung
EC8	Pengembangan dan dampak investasi infrastruktur dan layanan yang diberikan terutama untuk kepentingan publik melalui komersial, dalam bentuk keterlibatan lainnya.
EC9	Memahami dan mendeskripsikan dampak ekonomi secara tidak langsung termasuk luasan dampak.
INDIKATOR	KINERJA BIDANG LINGKUNGAN
Aspek	Bahan
EN1	Bahan yang digunakan (berat atau volume).
EN2	Persentase bahan yang digunakan yang didaur ulang.
Aspek	Energi
EN3	Energi langsung yang dikonsumsi dari sumber energi primer.
EN4	Energi tidak langsung yang dikonsumsi dari sumber primer.
EN5	Energi yang disimpan karena perbaikan konservasi dan efisiensi.
EN6	Inisiatif untuk menyediakan energi-efisien atau energi terbarukan berbasis produk dan layanan.
EN7	Inisiatif untuk mengurangi konsumsi energi tidak langsung dan pengurangan yang dicapai.
Aspek	Air
EN8	Air yang diambil dari sumber (mata air)
EN9	Sumber air secara signifikan dipengaruhi oleh pengambilan air dari sumber.
EN10	Persentase dan volume air yang didaur ulang dan digunakan kembali.
Aspek	Keanekaragaman Hayati
EN11	Lokasi dan ukuran tanah yang dimiliki, disewa, dikelola, atau berbatasan dengan kawasan lindung.
EN12	Deskripsi dampak signifikan dari kegiatan, produk, dan layanan terhadap keanekaragaman hayati di kawasan lindung.
EN13	Habitat yang dilindungi atau dikembalikan kembali.
EN14	Strategi, tindakan saat ini, dan rencana masa depan untuk mengelola dampak terhadap keanekaragaman hayati.
EN15	Jumlah spesies konservasi nasional di daerah operasi perusahaan dengan tingkat risiko kepunahan.
Aspek	Emisi dan Limbah
EN16	Jumlah emisi gas rumah kaca baik secara langsung dan tidak langsung pada ambang yang berat.
EN17	emisi gas rumah kaca lainnya yang tidak langsung pada ambang yang berat.
EN18	Inisiatif untuk mengurangi emisi gas rumah kaca dan jumlah pengurangan dicapai.
EN19	Emisi zat yang dihasilkan merusak ozon.
EN20	NO _x , SO _x , dan emisi udara lainnya yang signifikan menurut jenis dan berat.

EN21	Jumlah debit air dengan kualitas yang rendah
EN22	Volume limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan.
EN23	Total jumlah dan volume pembuangan.
EN24	Perlakuan terhadap limbah dianggap berbahaya (dikirim, ekspor, impor).
EN25	Identitas, ukuran, status dan nilai keanekaragaman hayati yang dilindungi dan habitat air yang berhubungan secara signifikan oleh pembuangan limbah organisasi.
Aspek	Produk
EN26	Inisiatif untuk mengurangi dampak lingkungan dari produk dan jasa yang dihasilkan
EN27	Persentase produk yang dijual dan bahan kemasan yang dapat direklamasi berdasarkan kategori.
Aspek	Kepatuhan
EN28	Nilai uang denda yang signifikan dari total jumlah sanksi non-moneter terkait pelanggaran hukum.
Aspek	Transportasi
EN29	Dampak lingkungan yang signifikan dalam mengangkut produk dan barang lainnya yang digunakan untuk operasi organisasi, (termasuk angkutan untuk pekerja)
Aspek	Keseluruhan
EN30	Jumlah pengeluaran perusahaan untuk perlindungan terhadap lingkungan.
INDIKATOR	PRAKTEK TENAGA KERJA DAN PEKERJAAN YANG LAYAK
Aspek	Pekerjaan
LA1	Jumlah tenaga kerja menurut jenis pekerjaan, kontrak kerja, dan wilayah.
LA2	Jumlah dan tingkat perputaran karyawan berdasarkan kelompok umur, jenis kelamin, dan wilayah.
LA3	Manfaat yang diberikan kepada karyawan penuh-waktu berbeda dengan karyawan sementara atau paruh waktu. (Mengidentifikasi manfaat yang ditawarkan kepada semua karyawan dan menunjukkan apakah ada perbedaan antara karyawan penuh dan paruh waktu).
Aspek	Hubungan Buruh dan Manajemen
LA4	Persentase karyawan yang tercakup dalam perjanjian bersama
LA5	Pemberitahuan perubahan operasional yang signifikan, termasuk apakah itu ditetapkan dalam kesepakatan
Aspek	Kesehatan dan Keselamatan Kerja
LA6	Adanya komite keselamatan kerja yang membantu untuk memantau dan memberikan saran program kesehatan dan keselamatan.
LA7	Tingkat cedera, penyakit akibat kerja, ketidakhadiran, dan jumlah kematian yang berhubungan dengan pekerjaan
LA8	Pendidikan, pelatihan, konseling, pencegahan, dan pengendalian melalui program kesehatan dan keselamatan

	untuk membantu tenaga kerja, keluarga mereka, atau anggota masyarakat mengenai penyakit serius.
LA9	Adanya layanan kesehatan dan keselamatan dalam perjanjian formal dengan serikat buruh.
Aspek	Pelatihan dan Pendidikan
LA10	Rata-rata jam pelatihan per tahun per karyawan berdasarkan kategori karyawan.
LA11	Program manajemen keterampilan dan pembelajaran secara kontinyu yang mendukung kerja dari karyawan dan membantu mereka dalam mengelola akhir karir.
LA12	Persentase karyawan yang menerima kesempatan pengembangan karir secara berkala.
Aspek	Keragaman dan Kesetaraan Kesempatan
LA13	Komposisi tatakelola dari karyawan per kategori sesuai dengan indikator jenis kelamin, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan lainnya keanekaragaman.
LA14	Rasio gaji pokok perempuan terhadap laki-laki menurut kategori karyawan.
INDIKATOR	KINERJA HAK ASASI MANUSIA
Aspek	Investasi dan Praktek Pengadaan
HR1	Persentase dan jumlah perjanjian dari investasi yang signifikan yang mencakup klausul hak asasi manusia
HR2	Persentase pemasok dan kontraktor yang telah memahami tentang hak asasi manusia dan tindakan yang dilakukan.
HR3	Jumlah jam pelatihan karyawan terkait kebijakan dan prosedur yang terkait dengan aspek HAM yang berhubungan dengan prosedur kerja, termasuk persentase pegawai yang dilatih.
HR4	Jumlah insiden diskriminasi dan tindakan yang sudah dilakukan
Aspek	Kebebasan Berserikat dan Perundingan Kolektif
HR5	Adanya hak untuk menjalankan kebebasan berserikat dan perundingan bersama yang mungkin beresiko dan tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak ini.
Aspek	Pekerja Anak
HR6	Memiliki risiko yang signifikan untuk pekerja anak, dan tindakan yang diambil untuk berkontribusi pada penghapusan pekerja anak.
Aspek	Kewajiban Kerja Paksa
HR7	Memiliki langkah-langkah yang diambil untuk berkontribusi pada penghapusan kerja paksa
Aspek	Praktek Keamanan
HR8	Persentase petugas keamanan yang dilatih mengenai prosedur dengan operasi perusahaan
Aspek	Hak Adat
HR9	Jumlah insiden yang melibatkan pelanggaran hak-hak masyarakat adat dan tindakan yang diambil.

INDIKATOR	KINERJA MASYARAKAT
Aspek	Kemasyarakatan
SO1	Efektivitas dari setiap program (dampaknya pada masyarakat)
Aspek	Korupsi
SO2	Persentase dan jumlah total unit bisnis yang berkaitan dengan korupsi.
SO3	Persentase karyawan yang terlatih dalam memahami kebijakan dan prosedur anti korupsi
SO4	Tindakan yang diambil dalam menanggapi insiden korupsi.
Aspek	Kebijakan Publik
SO5	Berpartisipasi dalam pengembangan kebijakan publik dan lobi.
SO6	Total nilai kontribusi keuangan kepada partai politik, politisi, dan lembaga terkait dengan negara.
Aspek	Anti-Perilaku Kompetitif
SO7	Tindakan hukum yang dilakukan untuk menangani perilaku anti-persaingan, anti-trust, dan praktik-praktik monopoli.
SO8	Nilai uang denda yang signifikan dan total jumlah sanksi non-moneter akibat pelanggaran hukum dan
INDIKATOR	KINERJA TANGGUNG JAWAB PRODUK
Aspek	Kesehatan dan Keselamatan Pelanggan
PR1	Prosentase produk atau layanan yang memiliki dampak kesehatan dan keselamatan dan adanya prosedur yang mengatur.
PR2	Jumlah insiden yang tidak sesuai dengan peraturan mengenai dampak kesehatan dan keamanan pelanggan
Aspek	Pelabelan Produk dan Layanan
PR3	Adanya prosedur dan persyaratan terkait informasi produk dan layanan yang diperlukan
PR4	Jumlah insiden yang tidak sesuai dengan peraturan tentang informasi produk dan layanan dan pelabelan
PR5	Praktek yang berhubungan dengan kepuasan pelanggan, termasuk hasil survei yang mengukur kepuasan pelanggan.
Aspek	Komunikasi Pemasaran
PR6	Program yang berhubungan dengan komunikasi pemasaran, termasuk periklanan, promosi, dan sponsor.
PR7	Jumlah insiden yang tidak sesuai dengan peraturan terkait komunikasi pemasaran, termasuk periklanan, promosi, dan sponsor.
Aspek	Privasi Pelanggan
PR8	Total jumlah keluhan pelanggan dan kerugian pelanggan dan diperkuat tentang pelanggaran privasi
Aspek	Kepatuhan
PR9	Nilai uang denda yang signifikan atas pelanggaran hukum.

Daftar pengungkapan tanggung jawab sosial yang berpatokan pada standar pengukuran GRI yang digunakan untuk mengukur penelitian ini menggunakan 6 indikator pengungkapan sosial yaitu : ekonomi, lingkungan, tenaga kerja, hak asasi manusia, sosial dan produk Dahli dan Siregar dalam (Suparjan dan Mulya, 2012). 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 *Price Earning Ratio* (PER)

Nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai sekarang yang diprosikan untuk memaksimalkan harga saham pasar guna memaksimalkan kemakmuran pemegang saham atau pemilik perusahaan yang sudah *go public* yang apabila harga saham meningkat maka semakin tinggi kemakmuran para pemegang saham (Yuniningsih, 2018).

Nilai perusahaan dapat diukur dengan nilai harga saham pasar, yang berdasarkan pada terbentuknya harga saham perusahaan yang adalah refleksi sebuah penilaian oleh publik terhadap kinerja perusahaan secara nyata yang menghasilkan laba perlembar sahamnya. Maka dari itu Penulis menerapkan pengukuran *Price Earning Ratio* (PER).

Dalam pengaplikasiannya, mengidentifikasi seberapa banyak jumlah investor bersedia membayar setiap rupiah atas pendapatan perusahaan tersebut yang pada umumnya para investor lebih memilih *price earning ratio* yang jauh lebih rendah. Karena semakin rendah *price earning ratio* suatu saham, semakin murah saham tersebut dengan pendapatan perusahaan.

Price Earning Ratio (PER) didefinisikan sebagai nilai harga saham per lembar saham yang juga merupakan salah satu indikator nilai perusahaan yang secara praktisnya diaplikasikan pada laporan laba rugi yang terdapat pada laporan publikasi perusahaan (Harmono, 2018).

Rasio yang satu ini menunjukkan hasil yang dibagi antara harga pasar per lembar saham dengan laba per lembar saham yang kemudian membandingkannya dengan *return* pasar, dimana apabila *return* saham lebih tinggi maka saham tersebut layak dibeli yang begitu juga sebaliknya. PER juga dipakai untuk membandingkan kinerja antar saham atau antara sektor bahkan antara pasar dalam skala regional ataupun global.

PER dalam pengertian lain diartikan sebagai rasio yang diukur oleh investor dalam menilai tingkat pertumbuhan perusahaan pada masa yang akan datang yang dicerminkan pada harga saham yang bersedia untuk dibayar oleh investor guna menghasilkan laba perusahaan (Sudana, 2011).

Dengan keterkaitannya dalam mengetahui besaran PER tersebut, biasanya calon investor yang potensial dapat mengetahui apakah harga sebuah saham tergolong wajar atau tidak (secara nyata) sesuai dengan keadaan saat ini dan bukan atas dasar perkiraan di masa mendatang.

Rasio harga terhadap laba (*price earning ratio*), merupakan rasio yang memperlihatkan perbandingan antara harga pasar per lembar saham dengan laba per lembar saham. Lewat rasio inilah harga saham sebuah emiten dibandingkan dengan laba bersih yang diperoleh dari emiten tersebut dalam setahun (Hery, 2016).

Untuk mendapatkan nilai *price earning ratio*, terlebih dahulu investor harus mengetahui harga saham perusahaan tersebut dengan melihat laporan publikasi perusahaan baik yang secara *real time* yang diperoleh dari berbagai *provider* data maupun tidak. Lalu dalam mendapatkan laba per lembar saham investor dapat melihat estimasi laporan laba tahun berjalan yang dinilai tepat dalam mempublikasi data keuangannya.

P/E atau *price earning ratio* adalah perbandingan harga sebuah saham dengan laba bersih untuk setiap lembar saham (*earning/share*) yang merupakan tolak ukur dalam menilai murah atau mahal nya harga dari sebuah saham yang apabila dibandingkan dengan harga saham lainnya untuk suatu organisasi yang serupa (Sihombing, 2008).

Dilihat dari angka psikologis bagi *value* investor dimana PER yang kecil akan jauh lebih menarik dibandingkan dengan PER tinggi. Pemicu PER rendah disebabkan oleh laba per lembar saham yang relative tinggi dibandingkan dengan harga sahamnya sehingga tingkat *returnnya* lebih baik dan *payback period* nya lebih singkat lain.

PER (*Price Earning Ratio*) dihitung dengan cara membandingkan harga saham di pasar dengan laba bersih per saham atau biasa disingkat menjadi EPS (*Earning Per Share*) sering juga disebut sebagai lipatan laba, untuk para investor atau pemegang saham informasi ini dapat memberikan berapa kali lipat sebuah saham diberi hargadibandingkan secara relatif dengan laba tersebut (Budiman, 2018)

Dalam konsep pengertian yang sederhana, sebelum melakukan tindak keputusan ada baiknya para investor melakukan analisis harga saham yang mana tujuan tersebut untuk menentukan apakah harga saham dari sebuah perusahaan sudah terlalu mahal atau masih menjadi daya tarik investor salam menanamkan sahamnya. Tentunya apabila sebuah perusahaan dikatakan sehat namun harga

saham terlalu tinggi atau mahal maka perusahaan tersebut bukan menjadi pilihan investasi terbaik begitu pula sebaliknya.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi PER (*Price Earning Ratio*)

Informasi yang disediakan untuk para investor dalam pengambilan keputusan investasi di pasar modal terdapat lima jenis informasi dengan hasil yang positif serta negatif yang dengan signifikan mempengaruhi *Price Earning Ratio* (Rahma, 2014) yaitu :

1. Aktiva tetap
2. Pertumbuhan laba
3. Kepemilikan saham

Berikut penjelasannya, yaitu :

1. Aktiva tetap, penjualan, ukuran perusahaan, *leverage*, dan pertumbuhan laba berpengaruh negatif terhadap PER, sementara itu *dividen payout ratio* (DPR) dan ROE berpengaruh positif terhadap *Price Earning Ratio* (PER).
2. Pertumbuhan laba, dapat mempengaruhi PER secara negatif, Sedangkan DPR dan standar deviasi pertumbuhan laba mempunyai pengaruh positif bagi PER.
3. Kepemilikan saham, pertumbuhan laba yang hendak dicapai kemudian juga resiko laba dan *dividen per share* (DPS) mempunyai pengaruh yang positif untuk PER, sedangkan harga tanah dan rasio pembayaran dividen (*devuden payout ratio*) tidak mempunyai pengaruh positif dengan kata lain negatif bagi PER.

Para pemain pasar memaparkan bahwa untuk memperoleh capital dalam rangka belum mendapatkan saham yang tepat atau tempat persinggahan sebaiknya untuk tidak dari perusahaan yang mempunyai *high-risk*.

mengenai PER ini dapat diketahui jenis faktor yang mempengaruhi *price earning ratio* yaitu dengan asumsi adanya tingkat pertumbuhan deviden yang konstan yaitu tingkat *dividen pay out ratio* (DPOR) perusahaan yang bersangkutan (Manurung, 2008).

c. Manfaat *Price Earning Ratio* (PER)

Pada dasarnya PER memberikan indikasi mengenai jangka waktu yang diperlukan untuk mengembalikan dana pada tingkat harga saham dan keuntungan perusahaan pada suatu periode tertentu. Oleh karena itu rasio ini menggambarkan kesediaan investor membayar sejumlah tertentu untuk setiap rupiah perolehan laba perusahaan. Bagi sebuah perusahaan publik, memaksimalkan nilai pasar saat ini seharusnya juga memaksimalkan harga saham saat ini. Harga saham dan nilai perusahaan mengikhtisarkan penilaian kolektif investor tentang seberapa bagus keadaan suatu perusahaan, baik kinerja saat ini maupun prospek masa depannya. Oleh sebab itu, peningkatan harga saham mengirimkan sinyal positif dari investor kepada manajer.

Itulah sebabnya kompensasi manajemen puncak dikaitkan dengan harga saham. Manajer yang memiliki saham di perusahaannya akan termotivasi meningkatkan nilai pasar perusahaan. Maju mundurnya suatu perusahaan tercermin dari keuntungan yang diperoleh setiap tahun. Suatu perusahaan yang mampu meraih keuntungan setiap tahunnya mengindikasikan suatu kemajuan, sedangkan jika menderita kerugian setiap tahunnya maka mengindikasikan kebangkrutan.

Manfaat yang diperoleh dalam penggunaan *price earning ratio* yaitu berupa laba perusahaan yang nantinya akan menjadi penyeimbang terhadap harga saham. Apabila tidak terdapat laba maka tujuan perusahaan untuk berkembang tidak mungkin tercapai dan tidak bisa bertahan lama dalam menghadapi dunia usaha. Laba menjadi indikator kesehatan perusahaan. Tinggi rendahnya laba yang dihasilkan merupakan suatu cerminan kekayaan perusahaan serta pemegang saham dari keputusan investasi, pendanaan dan manajemen asset yang akan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan melalui kebijakan manajemen perusahaan (Sitepu, 2014).

Sementara itu, manfaat dengan adanya rasio harga/ laba memberikan para pemegang saham prospek pertumbuhan laba yang cukup tahan lama dengan pertumbuhan jangka panjangnya dari pada laba jangka pendek. Karena manfaat dari jangka panjang tidak lain adalah strategi yang lebih agresif kepada pemegang saham dan komunitas keuangan, para eksekutif senior akan dibolehkan mengejar strategi tersebut (Allen, 2011).

d. Pengukuran *Price Earning Ratio* (PER)

Rasio harga saham terhadap laba perusahaan atau sering disebut *price earning ratio* (PER) (Mardiyanto, 2009) dapat diukur sebagai berikut:

$$\text{Price Earning Ratio} : \frac{\text{Harga Pasar Per Saham}}{\text{Laba Per Lembar Saham}}$$

Price Earning Ratio (PER) dapat dihitung sebagai berikut :

$$\text{Price Earning Ratio} : \frac{\text{Harga Pasar Per Saham}}{\text{Laba per Lembar Saham}}$$

(Rambe, Gunawan, Julita, Parlindungan, Gultom & Wahyuni, 2015)

PER dalam hal ini mencerminkan beberapa hal. Pertama, ia mencerminkan murah atau mahal nya harga suatu saham. Apabila satu saham diperdagangkan dengan PER yang tinggi berarti harga saham itu termasuk mahal. Yang kedua,

PER merefleksikan tingkat kepercayaan investor atau pelaku pasar terhadap performance saham tersebut kemudian yang ketiga PER juga mencerminkan rentang waktu pengembalian investasi, berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk pengambilan investasi yang dilakukan.

Maka dari itu *Price Earning Ratio* dapat menjadi salah satu acuan yang kerap dipergunakan oleh para pelaku pasar modal dalam memilih sahamnya.

3. *Return On Asset (ROA)*

a. *Pengertian Return On Asset (ROA)*

Manajemen perusahaan dalam praktiknya dituntut untuk mampu memenuhi target yang telah ditetapkan. Untuk itu mengukur tingkat keuntungan suatu perusahaan digunakan rasio keuntungan atau rasio profitabilitas. *Return On Asset (ROA)* merupakan rasio keuangan perusahaan yang mengaitkan dengan potensi keuntungan mengukur kekuatan perusahaan yang menghasilkan laba pada tingkat pendapatan, asset dan juga modal saham spesifik. ROA menunjukkan kembalian atau laba perusahaan yang dihasilkan dari aktifitas perusahaan yang digunakan untuk menjalankan perusahaan, dimana semakin besar rasio ini maka profitabilitas akan semakin baik (Jufrizen dan Nasution, 2016).

ROA adalah salah satu rasio profitabilitas yang menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dengan menggunakan seluruh aktiva dalam menghasilkan laba setelah pajak yang mana semakin besar ROA, maka semakin efisien dalam menggunakan aktiva perusahaan dengan kata lain dengan jumlah aktiva yang sama dapat menghasilkan laba yang lebih besar begitupun sebaliknya (Sukamulja, 2017).

Perusahaan yang memiliki hampir setengah persen rasio, maka perusahaan mampu mengelola setiap asset perusahaan untuk menghasilkan suatu keuntungan.

Apabila ROA semakin tinggi, maka perusahaan berhasil mendayagunakan asset dengan baik dalam memperoleh laba (keuntungan).

Rate of return of return on total asset (ROA) merupakan rasio yang dipakai dalam mengukur modal yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva yang menghasilkan sebuah laba neto dan memaksimalkan profit dalam jangka panjang maupun jangka pendek (Sugiono dan Untung, 2017).

Return On Asset (ROA) dikenal dengan rasio dalam menciptakan laba keuntungan, yangmana disamping tujuannya untuk mengetahui kemampuan perusahaan pada periode-periode tertentu, rasio ini juga bertujuan untuk mengukur keefektifitasan manajemen dalam mengoperasikan perusahaan melalui seluruh kemampuan dan sumber daya yang dimilikinya.

Hasil pengembalian atas asset atau disebut *Return On Asset* merupakan rasio yang mendeskripsikan seberapa besar peran asset dalam menciptakan laba bersih. Dalam arti lain, maknanya rasio ini diaplikasikan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap hasil dana yang diinvestasikan dalam total asset (Hery, 2016).

Biasanya, penggunaan rasio disesuaikan dengan apa yang menjadi tujuan serta kebutuhan perusahaan. Perusahaan dapat menggunakan sebagian rasio atau keseluruhan dari rasio yang memang dianggap perlu untuk diketahui, maka dari itu *return on asset (ROA)* menjadi salah satu mengungkapkan hasil keuangan perusahaan yang berguna dalam mencari laba.

Return On Asset diartikan sebagai rasio yang mengukur sebuah tingkat pengembalian suatu bisnis atas asetnya dengan mengefesiesikan dana yang diperlukan pada perusahaan sehingga imbal hasil (*return*) yang diperoleh lebih besar dan bukan hanya pemegang dan investor saham tetapi karyawan juga dapat terpenuhi kesejahteraannya (Sugiono dan Untung, 2016).

Didalam analisa keuangan memiliki arti yang sangat penting sebagai salah satu teknik analisa keuangan yang bersifat menyeluruh (*komprehensif*) terhadap

pengembalian atas finansial perusahaan baik dalam penggunaan asset maupun ekuitas terhasap laba bersih yaitu laba setelah bunga dan pajak.

Adapun hasil pengembalian investasi atau lebih dikenal dengan *return on investasi* atau *return on asset* merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas total aktiva yang dipergunakan didalam perusahaan tersebut dalam mengelola asset dan investasinya guna terciptanya efektivitas manajemen (Kasmir, 2012).

Dari beberapa teori diatas 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 *Return On Asset* (ROA)

Return On Asset (ROA) yang positif menunjukkan bahwa dari total aktiva yang digunakan untuk operasi perusahaan mampu memberikan laba bagi perusahaan. Sebaliknya jika *return on asset* negatif menunjukkan total aktiva yang digunakan tidak dapat memberikan keuntungan/rugi. Untuk itu besarnya ROA tergantung pada sejumlah faktor dalam kemampuan manajerial yang ada pada perusahaan (Munawir, 2014), yaitu :

1. Turnover
2. Profit Margin

Berikut penjelasannya, yaitu :

1. Turnover, melalui *operating asset* (tingkat perputaran aktiva yang digunakan untuk operasi).
2. Profit Margin, yaitu besarnya keuntungan operasi yang dinyatakan dalam presentase dan jumlah penjualan bersih. Profit margin ini

mengukur tingkat keuntungan yang dapat dicapai oleh perusahaan yang berhubungan dengan penjualannya.

Dari dua faktor yang telah disebutkan diatas, berikut adalah faktor-faktor lain yang mempengaruhi *Return On Asset* (ROA) (Sari dan Jufrizen, 2019)

1. Volume Penjualan
2. Modal Sendiri
3. Total Aktiva

Berikut Penjelasannya, yaitu :

1. Volume Penjualan, yaitu total penjualan yang dapat dinilai dengan unit oleh perusahaan pada periode tertentu untuk mendapatkan laba yang maksimal sehingga dapat menunjang pertumbuhan perusahaan.
2. Modal Sendiri, dimana modal yang berasal dari pemilik perusahaan dan tertanam didalam perusahaan untuk waktu yang belum pasti.
3. Total Aktiva, yaitu penjumlahan dari aktiva lancar dan aktiva tetap yang merupakan harta perusahaan secara keseluruhan untuk memiliki saham perusahaan

c. Manfaat *Return On Assets* (ROA)

Untuk memperoleh laba dalam pengembalian atas asset yang ada pada perusahaan, perusahaan semestinya harus memperhatikan kegunaan serta kelemahan dalam *return on asset* agar perusahaan dapat memaksimalkan laba yang diperoleh selama periode berlangsung. (Kasmir, 2012) *Return On Assets* (ROA) memiliki lima manfaat sebagai berikut :

1. Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode.

2. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri

Dari lima manfaat yang telah disebutkan diatas, berikut adalah manfaat lain dari *Return On Asset* Menurut (Hery, 2016), yaitu :

1. Untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset.
5. Untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total ekuitas.

d. Pengukuran *Return On Assets* (ROA)

Dalam *return on asset* (ROA) menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang dapat diukur dengan rumus:

Return On Asset (ROA) dapat diukur dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Setelah Bunga Dan Pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

Sumber : (Kasmir, 2012)

Menurut Sujarweni (2017, hal.115) ROA dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Setelah Bunga Dan Pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

Return On Asset (ROA) dipilih sebagai indikator pengukuran Profitabilitas dikarenakan efektifitas perusahaan didalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya. Apabila perusahaan mempunyai *Return On Asset* yang tinggi maka perusahaan tersebut berpeluang sangat besar dalam meningkatkan pertumbuhan, akan tetapi sebaliknya apabila aktiva tidak memberikan laba maka perusahaan akan mengalami kerugian dan akan menghambat pertumbuhan perusahaan.

Jadi, *Return On Asset* (ROA) dipilih karena ia menggambarkan sejauh mana tingkat pengembalian dari seluruh asset yang dimiliki perusahaan.

B. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan suatu model penjelasan ilmiah yang menerangkan mengenai preposisi antar konsep atau hubungan antara variabel penelitian. Dimana hubungan tersebut sangat penting dilakukan untuk merumuskan hipotesis (Juliandi, Irfan & Manurung 2014).

Hubungan bahwa CSR dapat mempengaruhi terhadap nilai perusahaan. *Corporate Social Responsibility* merupakan informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan atau disebut (*annual report*) 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.

1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai perusahaan

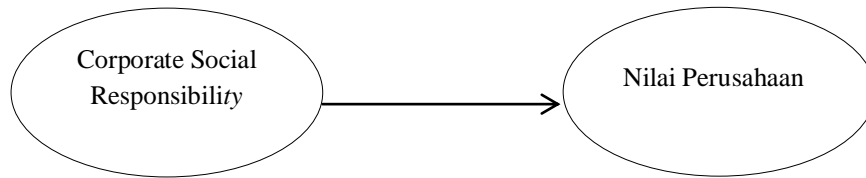
Corporate Social Responsibility mencerminkan modal perusahaan itu sendiri dimana semakin baik dan besarnya hasil laba yang diperoleh maka CSR dapat dilakukan secara optimal karena setiap perusahaan mempunyai aktiva (harta) untuk mendukung setiap kegiatan usahanya dalam menarik investor untuk menanamkan sahamnya pada perusahaan tersebut.

Adapun teori pendukung yang menunjukkan dengan adanya aktivitas CSR bagi perusahaan publik yang dilihat dari sudut investor global yang memiliki idealisme, tentunya memberikan saham perusahaan lebih bernilai. Karena aktivitas tanggungjawab sosial berbicara tentang *sustainability* dan *acceptability*. Sebab dua hal tersebut terkait pada modal yang ditanamkan oleh para investor dalam bentuk premium nilai saham (Untung, 2008).

Tinggi atau rendahnya harga saham juga diikuti dengan kualitas CSR serta labanya, hal tersebut ditandai pada eksistensi perusahaan sebagai lembaga yang berkelanjutan menghasilkan laba dalam jangka panjang karena tanggungjawab sosial saat ini menjadi sebuah prioritas yang wajib didukung oleh pelaku bisnis serta *stakeholder*. Sehingga dalam mempertahankan eksistensi tersebut perusahaan harus dapat meningkatkan laba seefektif mungkin dalam menjaga kualitas nilai perusahaannya.

Dalam penelitian (Rosiana, 2013) menunjukkan bahwa variabel CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa besar kecilnya praktik CSR mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan.

Berikut adalah kerangka *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan:



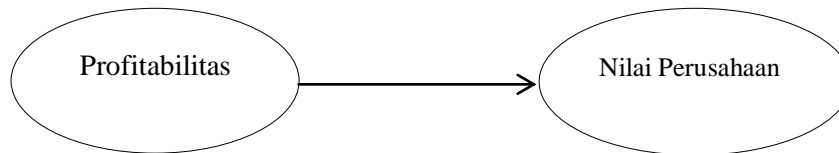
Gambar II.1
Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan (*Price Earning Ratio*)

2. Pengaruh Profitabilitas (*Return On Asset*) terhadap Nilai Perusahaan (*Price Earning Ratio*)

Pada teori pendukung yang dipaparkan didalam buku Kajian Riset Akuntansi mengulas berbagai hasil penelitian terkini dalam bidang akuntansi serta keuangan dimana menyatakan bahwa berdasarkan penelitian terdahulu terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yang antara lain adalah profitabilitas (*Return On Asset*). Dimana profitabilitas memberikan pengaruh positif serta signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini karena perusahaan yang besar cenderung memiliki kondisi yang lebih stabil dan dapat diandalkan. Dimana kestabilan ini akan menarik minat investor untuk memiliki saham di perusahaan tersebut (Hery, 2017).

Didalam penelitian yang telah dilakukan Menurut (Nurhayati, 2013) menyatakan bahwa profitabilitas yaitu *Return On Asset* perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berikut adalah kerangka dimana *Return On Asset* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan :



Gambar II.2
Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (*Price Earning Ratio*)

3. *Return On Asset* memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan Nilai perusahaan (*Price Earning Ratio*)

Variabel moderasi dapat dikatakan sebagai variabel yang dapat memperkuat atau memperlemah antar hubungan variabel bebas dan variabel terikat. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel moderasi adalah rasio profitabilitas yang diprosikan dengan *Return On Asset* yang diukur dengan menggunakan rasio tingkat peputaran aktiva.

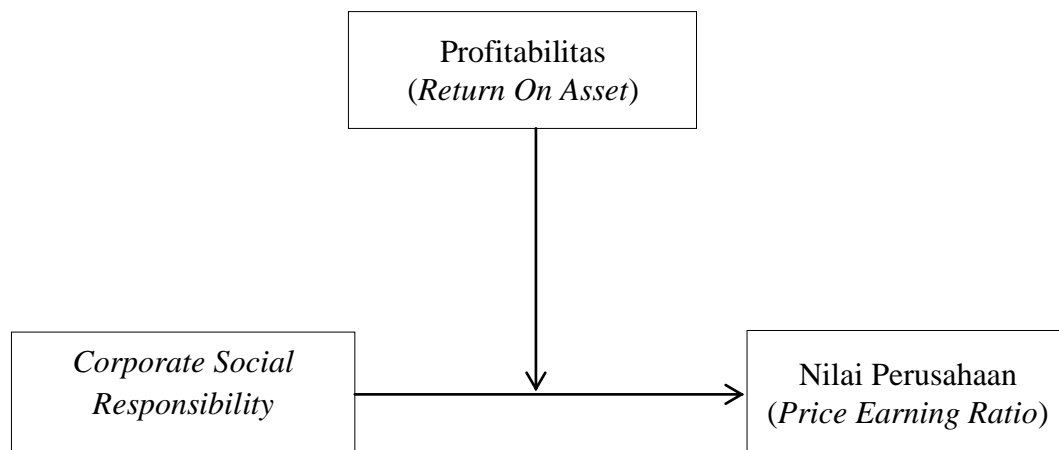
Pada teori pendukung yang dipaparkan dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh penulis didalam buku ini bahwa berinvestasi dalam perusahaan yang bertanggungjawab terhadap masyarakat dinilai masuk akal dari segi keuangan, tetapi tidak sama halnya dengan menunjukkan bahwa perusahaan masuk akal dari segi bisnis.

Adapun dalam menguji suatu perusahaan yang berinvestasi dalam program CSR, untuk selanjutnya melihat perilaku CSR apabila dikaitkan dengan kinerja sebuah perusahaan menunjukkan hubungan positif yang sangat kuat dengan pengembalian atas asset (*Return On Asset* – ROA) perusahaan, dimana justru perusahaan yang dianggap peduli terhadap CSR menunjukkan hasil yang negatif yang sangat besar dengan ROA.

Secara keseluruhan bukti menunjukkan hasil yang sama, yaitu bahwa manajemen berbasis nilai merupakan masuk akal yang dipandang dari sudut keuangan perusahaan (Pearce, 2010).

Didalam penelitian yang dilakukan Menurut (Putra, 2015) hasil ROA yang signifikan menunjukkan bahwa adanya hubungan CSR terhadap Nilai Perusahaan, yang berarti Profitabilitas mampu memperkuat hubungan *corporate social responsibility* pada nilai perusahaan.

Berikut kerangka konseptual pada penelitian yang penulis lakukan ini adalah sebagai berikut :



Gambar II.3
Kerangka Konseptual

C. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan suatu perkiraan, kesimpulan atau suatu jawaban yang bersifat sementara pada suatu masalah yang sudah dirumuskan pada rumusan masalah yang sebelumnya dengan maksud untuk diuji secara empiris yang menyatakan hubungan yang diduga secara logis antara 2 variabel atau lebih (Sarmanu, 2017).

Berikut hipotesis pada penelitian ini adalah :

- 1) *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
- 2) Profitabilitas (*Return On Asset*) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
- 3) Profitabilitas (*Return On Asset*) 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 penulis melakukan penelitian ini untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel *moderating* Pada Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017.

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 (Djiwandono dan Istianto, 2017).

1. Variabel dependen (Y)

Variabel dependen (variabel terikat) merupakan sebuah variabel yang dipengaruhi atau yang dihasilkan oleh variabel independen (variabel bebas). Variabel dependen adalah variabel yang posisinya diperhatikan dan diukur untuk menentukan pengaruh yang disebabkan oleh variabel bebas atau dapat disebut juga sebagai variabel yang diduga sebagai akibat (*presumed effect variable*) Maka dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependennya adalah nilai perusahaan (Y) (Liana, 2009).

Nilai perusahaan biasa diproksikan dengan PER yaitu membandingkan *price* (harga saham saat *closing price*) dengan laba per lembar saham, dengan rumus berikut ini :

$$\text{PER} = \frac{\text{Harga Pasar Per Saham}}{\text{Laba per Lembar saham}}$$

Sumber: (Mardiyanto, 2009, hal.63)

2. Variabel Independen (X)

Variabel independen (variabel bebas) yaitu variabel yang mempengaruhi variabel lainnya. Variabel independen adalah variabel yang pengaruhnya diukur, dimanipulasi atau dapat disebut sebagai variabel yang disebut sebagai sebab (*presumed cause variable*) juga dapat disebut sebagai variabel mendahului (*antecedent variable*) yangmana dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungannya dengan suatu gejala yang berkaitan dengan variabel lain, Penelitian ini menggunakan *Corporate Social Responsibility* (X₁) sebagai variabel independen (Liana, 2009).

Pengukuran kinerja CSR dilakukan melalui laporan tahunan (*Annual Report*) yang memerlukan acuan atau arahan informasi (*information guidliine*). 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.

Perhitungan variabel ini dilakukan oleh Peneliti dengan mengukur pengungkapan tanggung jawab sosial dari laporan tahunan yang dilakukan dengan pengamatan mengenai ada atau tidak adanya suatu item informasi yang ditentukan

dalam pelaporan yang disediakan oleh perusahaan pada laporan tahunan dengan asumsi setiap yang diungkapkan pasti telah dilakukan. Perhitungan 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 :

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

Sumber: (Restuningdiah, 2010, hal.197)

3. Variabel Moderator (Z)

Variabel *moderating* merupakan variabel yang bisa memperkuat atau juga bisa memperlemah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Variabel *moderating* dalam penelitian ini adalah profitabilitas dengan symbol yang ditetapkan untuk variabel tersebut yaitu (Z). Pengukuran profitabilitas diukur dengan rasio *return on asset* (ROA) yang didapatkan dari laporan publikasi perusahaan pertambangan yang ada di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode yang ditetapkan untuk penelitian (Darmanto, Wardaya & Dwiyani, 2019)

ROA dipilih dikarenakan dapat menghitung kinerja perusahaan secara keseluruhan dengan menunjukkan perbandingan *net income* dan *total assets* perusahaan dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak Dan Bunga}}{\text{Total Aset}}$$

Sumber: (Kasmir, 2012, hal.202)

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 terdapat 8 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan data yang diambil adalah dari tahun 2013-2017.

2. Waktu penelitian

Adapun waktu penelitian ini dilakukan penulis mulai dari bulan Januari sampai Maret Tahun 2019 dengan tabel gambar seperti berikut:

Tabel III-1
Jadwal Penelitian dan Proses Skripsi

No	Kegiatan	Waktu Penelitian																															
		Jan				Februari				Maret				April				Mei				Juli				Agt				Sept			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan judul	■	■	■	■																												
2	Pra riset					■	■	■	■																								
3	Penulisan Proposal									■	■	■	■	■	■	■	■																
4	Bimbingan Proposal													■	■	■	■																
5	Seminar proposal																					■	■	■	■								
6	Penyusunan Skripsi																									■	■	■	■				
7	Bimbingan Skripsi																													■	■	■	■
8	Sidang Meja Hijau																																■

Sumber : Diolah oleh Penulis, 2019

D. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi merupakan sekelompok generalisasi yang lengkap dan jumlahnya banyak dan dapat berupa obyek/subjek yang mempunyai kualitas serta

karakteristik tertentu yang berada dalam satu wilayah yang diangkat oleh penulis sebagai acuan untuk diteliti atau dipelajari dan ditarik kesimpulan (Arifin, 2008).

Populasi yang penulis teliti dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017. Jumlah populasi perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI ada sebanyak 41 perusahaan.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi atas jumlah serta karakteristik yang dimiliki, sehingga pengambilan sampel harus menggunakan cara atau ukuran tertentu untuk menentukan besarnya sampel yang akan diteliti untuk menyelesaikan penelitian (Sugiyono, 2017).

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian yang diteliti ini dilakukan dengan menggunakan 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 2013-2017.
2. Perusahaan pertambangan yang mengungkapkan laporan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) yang terdapat pada laporan tahunan berturut-turut dari tahun, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017.

3. Perusahaan pertambangan yang mempunyai laporan hasil laba yang positif.

Dari 41 populasi perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI , diperoleh 8 perusahaan pertambangan yang memenuhi kriteria karakteristik diatas sebagai sampel penelitian oleh penulis :

Tabel III-2
Sampel Penelitian Perusahaan Pertambangan

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1	ARTI	PT. Ratu Prabu Energi,Tbk
2	ELSA	PT. Elnusa,Tbk
3	ESSA	PT. Surya Esa Perkasa
4	GEMS	PT. Golden Energi Mines,Tbk
5	ITMG	PT. Indo Tambangraya Megah,Tbk
6	PTBA	PT. Bukit Asam (Persero),Tbk
7	RUIS	PT. Radiant Utam Interinsco,Tbk
8	TINS	PT. Timah (Persero),Tbk

Sumber diolah oleh Penulis, 2019

E. Jenis dan Sumber Data

Jenis sumber data yang digunakan didalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti yang berasal dari sumber yang digunakan secara tidak langsung seperti dokumentasi dengan dibantu oleh *software* aplikasi SPSS didalam pengolahan data yang dikumpulkan dan digabungkan menjadi satu melalui studi terdahulu atau sebelumnya (Kuncoro dan Sudarman, 2018).

Adapaun data sekunder yang peneliti gunakan didalam penelitian ini diperoleh dari laporan tahunan yang dipublikasikan. Yang penulis ambil dari *website* Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) serta refrensi yang diambil melalui jurnal ilmiah dan penelitian-penelitian sebelumnya.

F. Teknik Pengumpulan Data

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

G. Teknik Analisa Data

Teknik analisis data ini merupakan jawaban dari rumusan masalah yang akan meneliti apakah variabel independen *Corporate Social Responsibility* tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel moderating baik secara parsial maupun simultan. Berikut ini beberapa teknik analisis data yang digunakan, yaitu :

H. Teknik Analisis Regresi

Analisis regresi bertujuan untuk memproduksi perubahan nilai variabel terikat akibat pengaruh dari nilai variabel bebas (Cristianus, 2010). Pada penelitian ini Penulis memakai teknik analisis regresi linear sederhana dan analisis regresi dengan moderasi atau (MRA) dengan efek moderasi atau residual, yaitu sebagai berikut :

1. Analisis regresi linear sederhana (*simple regression analysis*)

$$Y = \alpha + \beta_1 X + \varepsilon$$

2. Analisis regresi dengan variabel moderasi (*Moderated Regression Analysis*) atau (MRA).

$$Z = a + b_1 X + e$$

$$\text{Dimana } \varepsilon = \alpha + b_2 Y$$

1. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi sederhana yaitu apabila variabel terikat (*dependent variable*) tergantung pada satu variabel bebas (*independent variable*) maka hubungan antara kedua variabel disebut reglesi sederhana (Cristianus, 2010).

Dibawah ini bentuk matematis dari analisis regresi sederhana, yaitu :

$$Y = \alpha + \beta_1 X + \varepsilon$$

Keterangan :

Y = Nilai Perusahaan

X = CSR

β_1 = Koefisien Regresi

ε = *Error term*, yaitu tingkat kesalahan penduga dalam penelitian

Sebelum melakukan analisis regresi sederhana terlebih dahulu dilakukan uji lolos kendala linear atau uji asumsi klasik. Sebelum memulai pengujian hipotesis dan uji analisis regresi linear sederhana, maka yang pertama dilakukan adalah uji klasik dimana sebagai berikut:

1) Uji Asumsi Klasik

Uji ini bertujuan agar memperoleh nilai estimasi yang didapat bersifat BLUE (*Best, Linear, Unbiased, and Estimator*), yang berarti nilai estimator yang terbaik, estimator yang linear serta estimator yang tidak bias, maka data-data yang digunakan pada analisis regresi terlebih dahulu akan diuji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi (Ansofino, Jolianis, Yolamalinda & Arfilindo, 2016).

a. Uji Normalitas

Tujuan dalam uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah pendistribusian sebuah data mendekati distirbusi normal, yaitu distribusi data berbentuk lonceng. Dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji ini berguna dalam tahap awal pada metode pemilihan analisis data (Sutopo, 2017).

Apabila data normal, maka penggunaan data menggunakan statistik parametik dan apabila data tidak tampak normal maka penggunaan data statistik nonparametik atau lakukan treatment agar data menjadi normal. Data yang memenuhi kriteria adalah data yang mempunyai pola layaknya distribusi normal. Untuk melihat normalitas dapat dilakukan dengan melihat histogram atau pola distribusi data yang 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 dipergunakan dalam pengambilan keputusan yaitu:

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

Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka distirbusi data normal.

Hipotesis yang digunakan dalam uji ini adalah :

Ho : Data residual berdistribusi normal

Ha : Data residual tidak berdistribusi normal

2. Histogram

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

3. P-Plot

Apabila data meyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan data berdistribusi normal maka regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk memberi pembuktian atau menguji ada atau tidaknya hubungan yang linier (multikolinieritas) antara variabel bebas satu dengan variabel bebas yang lain. Model regresi yang memenuhi kriteria seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (independen). Konsekuensi adanya Multikolinieritas adalah koefisien korelasi tidak tertentu dan kesalahan menjadi sangat besar. Beberapa caranya dalam metode uji Multikolinieritas dengan membandingkan nilai koefisien determinasi individual (r^2) dengan nilai determinasi secara serentak dan dengan melihat nilai toleransi dan faktor inflasi (VIF) pada model regresinya. Adapun Multikolinieritas adalah situasi adanya korelasi variabel-variabel independen diantara satu dengan lainnya (Purnomo, 2017).

Apabila terjadi korelasi sempurna diantara sesam variabel bebas maka konsekuensinya adalah :

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

Ada atau tidaknya multikolinearitas dapat dideteksi dengan melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF), serta dengan menganalisis matriks korelasi variabel-variabel independen. Nilai *cut off* yang umum digunakan 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 adalah model regresi yang bertujuan untuk mengamati apakah hasil yang terjadi merupakan ketidaksamaan variabel pengganggu dari satu pengamatan dengan pengamatan yang lainnya, yang mana diketahui model regresi yang baik adalah yang bersifat homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas dengan cara, memprediksi suatu model yang dapat dilihat dari pola gambar *Scatterplot* (Yudiatmaja, 2013).

Pengujian *scatterplot*, model regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas harus memenuhi syarat sebagai berikut:

- 1) Apabila terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) sehingga hal ini dapat mengidentifikasi bahwa telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Dan apabila terdapat pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka akan tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah bertujuan untuk memperlihatkan apakah terjadi korelasi antara suatu periode t dengan periode sebelumnya (t-1). Secara sederhana adalah bahwa analisis regresi adalah untuk melihat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, jadi tidak boleh ada korelasi antara observasi dengan data observasi sebelumnya (Yudiatmaja, 2013).

Salah satu cara mengidentifikasinya adalah dengan melihat Durbin Watson (D-W). kriteria pengujiannya adalah:

- 1) Jika nilai D – W dibawah -2, berarti ada autokorelasi positif.
- 2) Jika nilai D – W dibawah -2 sampai +2, berarti tidak ada autokorelasi.
- 3) Jika D – W diatas +2, berarti ada autokorelasi positif dan negatif.

2) Uji t (Uji Parsial)

Uji t (uji parsial) dilakukan untuk menguji apakah variabel bebas (X) secara individual mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap variabel terikat (Y) dengan Z sebagai variabel moderating Sani (2018, hal.97).

Untuk menguji signifikan hubungan, digunakan rumus uji statistic t sebagai:

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

Keterangan :

t = Nilai t hitung

r = Koefisien korelasi

n = Banyak sampel

1) Pengaruh Langsung

- a) Pengaruh X1 terhadap Y
- b) Pengaruh X1 terhadap Z

Kriteria penarikan kesimpulan :

- a) Tolak H_0 jika nilai probabilitas yang dihitung \leq probabilitas yang ditetapkan ($\text{sig} \leq 0,05$)
- b) Terima H_0 jika nilai probabilitas yang dihitung \geq probabilitas yang ditetapkan ($\text{sig} \geq 0,05$)

2) Pengaruh Tidak Langsung : Pengaruh X_1 terhadap Y melalui Z .

Kriteria penarikan kesimpulan :

- a) Jika nilai koefisien pengaruh tidak langsung $>$ dari koefisien pengaruh langsung maka hubungan yang sebenarnya adalah tidak langsung. Variabel Z sebagai moderating/moderasi.
- b) Jika nilai koefisien pengaruh tidak langsung $<$ dari koefisien pengaruh langsung maka hubungan yang sebenarnya adalah langsung. Variabel Z bukan sebagai moderating/moderasi (Juliandi, Irfan & Manurung, 2014).

Tahap-tahap sebagai berikut :

a) Bentuk Pengujian

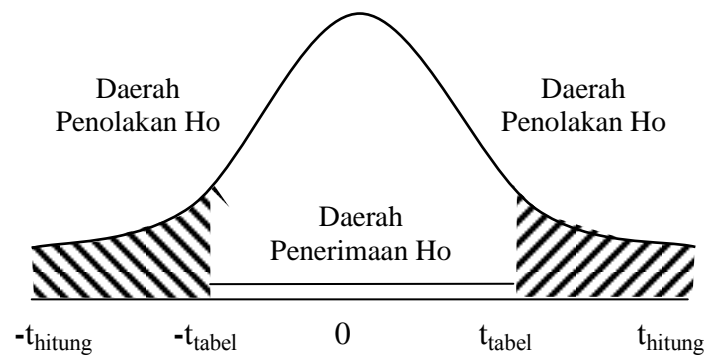
$H_0: r_s = 0$, artinya tidak terdapat hubungan signifikan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y)

$H_0: r_s \neq 0$, artinya terdapat hubungan signifikan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y)

Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

H_0 diterima jika : $t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$ pada $\alpha = 5\%$, $df = n-k$

H_0 ditolak jika : $t_{\text{hitung}} \geq t_{\text{tabel}}$ atau $-t_{\text{hitung}} \leq -t_{\text{tabel}}$



Gambar III.1 Kriteria Pegujian Hipotesis Uji t

3) Uji Linearitas

Uji linearitas ditujukan untuk melihat apakah model yang dibangun mempunyai hubungan linear atau tidak, uji ini jarang dipergunakan pada berbagai penelitian, karena biasanya model dibentuk berdasarkan teoritis bahwa hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikatnya adalah linier (Yudiatmaja, 2013).

2. Analisis Regresi Variabel Moderasi (*Moderated Regression Analysis*) (MRA)

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

Moderated Regression Analysis (MRA) adalah sebuah aplikasi berbasis SPSS juga yang dirancang khusus untuk regresi berganda linear dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen) (Solimun, 2017).

Uji Moderasi (Uji Residual) ini digunakan untuk menguji apakah variabel Z (*Ratio On Asset*) mampu memoderasi hubungan antara variabel X yaitu *Corporate Social Responsibility* terhadap Y yaitu Nilai Perusahaan (Solimun, 2017).

Perhitungan dalam penelitian ini, terlebih dahulu dihitung koefisien korelasi dengan menggunakan bantuan SPSS sebagai berikut :

$$Z = a + b_1X + e$$

$$\text{Dimana } \varepsilon = \alpha + b_2Y$$

Dimana :

Y = Nilai Perusahaan

α = Konstanta

X = *Corporate Social Responsibility*

e = Error

Z = Profitabilitas

b_1b_2 = Koefisien Regresi

3. Koefisien Determinasi (R-Square)

Koefisien determinasi digunakan karena dapat menjelaskan kebaikan dari model regresi dalam memprediksi variabel dependen. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi maka akan semakin baik pula kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Nilai *R Square* adalah untuk melihat bagaimana tingkat pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) yang dinyatakan di dalam persentase % (Juliandi dan Irfan, 2016).

Adapun rumus yang dipakai untuk koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

$$\mathbf{KD = R^2 \times 100\%}$$

Dimana :

KD = Koefisien Determinasi

R^2 = Koefisien Korelasi

100 = Presentase Kontribusi

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Data Penelitian

Hasil penelitian merupakan karya tulis ilmiah yang berisi keterangan atau informasi mengenai keadaan atau kegiatan yang terkait dengan objek penelitian. Objek penelitian yang digunakan adalah perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013 s/d 2017 (5 tahun). Tujuan dari penelitian ini dilakukan adalah untuk melihat pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai perusahaan (*Price Earning Ratio*) dengan Profitabilitas (*Return On Asset*) sebagai moderating.

Adapun jumlah dari populasi perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ada 41 perusahaan. Kemudian yang memenuhi kriteria sampel keseluruhan dari jumlah populasi yaitu 8 perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sedangkan 33 perusahaan lainnya tidak memiliki kriteria tertentu pada laporan keuangan ditahun-tahun yang telah ditentukan selama rentang waktu penelitian yang dibutuhkan. Dimana kriteria tersebut sebagai berikut :

1. Terdapat 5 perusahaan Pertambangan yang tidak secara lengkap dalam menyajikan laporan tahunan maupun laporan publikasi mulai dari 2013 -2017.
2. Terdapat 16 perusahaan Pertambangan yang tidak mengungkapkan laporan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social*

Responsibility) yang disajikan pada laporan tahunan (*annual report*) secara berturut-turut yakni, 2013,2014,2015,2016,2017.

3. Terdapat 12 perusahaan Pertambangan yang tidak mempunyai laporan hasil laba yang positif.

Berikut adalah daftar nama-nama perusahaan yang menjadi sampel objek penelitian penulis, yaitu :

Tabel IV-1
Sampel Perusahaan Pertambangan
yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1	ARTI	PT. Ratu Prabu Energi,Tbk
2	ELSA	PT. Elnusa,Tbk
3	ESSA	PT. Surya Esa Perkasa
4	GEMS	PT. Golden Energi Mines,Tbk
5	ITMG	PT. Indo Tambangraya Megah,Tbk
6	PTBA	PT. Bukit Asam (Persero),Tbk
7	RUIS	PT. Radiant Utam Interinsco,Tbk
8	TINS	PT. Timah (Persero),Tbk

Sumber : Bursa Efek Indonesia, 2019

a. Nilai Perusahaan (*Price Earning Ratio*)

Variabel terikat (Y) yang digunakan dalam penelitian ini adalah Nilai Perusahaan yang menggunakan *Price Earning Ratio* (PER). Yaitu salah satu rasio nilai pasar yang bertujuan untuk membandingkan harga pasar saham dengan laba per lembar saham. Dan sebagai alat ukur untuk para investor menanamkan modalnya diperusahaan.

Berikut ini adalah hasil perhitungan *Price Earning Ratio* pada masing-masing perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2013-2017.

Tabel IV-2
Price Earning Ratio (PER) Perusahaan Pertambangan yang
Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2013-2017

NO	Kode Perusahaan	Price Earning Ratio (PER)					Rata-Rata
		2013	2014	2015	2016	2017	
1	ELSA	10,116	12,122	4,803	9,859	10,986	9,577
2	TINS	15,048	14,359	37,023	31,795	11,488	21,943
3	ESSA	14,604	24,553	25,095	480,712	6,984	110,390
4	PTBA	12,870	14,285	5,121	14,356	1,266	9,580
5	ITMG	30,233	6,977	6,994	10,857	6,834	12,379
6	RUIS	4,990	3,000	4,010	0,067	8,539	4,121
7	GEMS	75,652	88,183	278,330	34,316	10,143	97,325
8	ARTI	7,016	6,474	55,195	89,286	38,462	39,286
	Jumlah	170,528	169,954	416,571	671,249	94,703	304,601
	Rata-rata	21,316	21,244	52,071	83,906	11,838	38,075

Sumber : Bursa Efek Indonesia (Data telah diolah, 2019)

Dilihat dari nilai *Price Earning Ratio* pada masing-masing perusahaan mengalami kenaikan serta penurunan pada setiap tahunnya. Dimana dari rata-rata keseluruhan yang memiliki rata-rata paling tinggi diantara 8 perusahaan adalah ESSA (Surya Esa Perkasa) yaitu sebesar 110,390, sedangkan perusahaan yang memiliki rata-rata rendah adalah RUIS (Radiant Utam Interinsco, Tbk) yaitu sebesar 4,121.

Sedangkan apabila dilihat dari rata-rata pertahunnya yaitu 8 perusahaan yang setiap tahunnya mengalami fluktuasi penurunan dan kenaikan. Seperti yang terlihat pada data diatas bahwa *Price Earning Ratio* pada perusahaan Pertambangan pada tahun 2013 terjadi peningkatan sebesar 21,316 kemudian di tahun 2014 mengalami penurunan sebesar 21,244 diantara kedua tahun tersebut selisih penurunan sebesar 72 lalu ditahun 2015 meningkat sebesar 52,071 ditahun 2016 mengalami peningkatan kembali sebesar 83,906. Selanjutnya ditahun 2017 mengalami penurunan sebesar 11,838 dengan selisih penurunan sebesar 72,068 dari tahun sebelumnya.

Penurunan *Price Earning Ratio* ini akan mengakibatkan menurunnya minat para investor untuk menanamkan modalnya diperusahaan. Karena pada dasarnya nilai perusahaan menjadi modal utama dari sebuah organisasi atau perusahaan dalam meningkatkan laba perusahaan. Karena *Price Earning Ratio* yang bagus dapat dicapai apabila laba saham yang meningkat setiap tahunnya dengan diikuti harga saham yang tidak berubah atau cenderung konsisten maka otomatis perusahaan semakin berhasil dalam meningkatkan labanya.

b. *Corporate Social Responsibility (Dummy Skor)*

Variabel bebas (X) yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* yang menggunakan penghitungan *Dummy Score* yang berpatokan pada sistem *Global Reporting Initiative (GRI)*. GRI adalah jaringan berbasis organisasi yang telah memelopori perkembangan dunia, paling banyak menggunakan kerangka laporan berkelanjutan dan berkomitmen untuk terus-menerus melakukan perbaikan dan penerapan diseluruh dunia (www.globalreporting.org).

Adapun data perhitungan *Global Reporting Initiative (GRI)* pada perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017 adalah sebagai berikut :

Tabel IV-3
Corporate Social Responsibility (CSR) Perusahaan Pertambangan
Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2013-2017

NO	Kode	Corporate Social Responsibility (CSR)					Rata-Rata
		2013	2014	2015	2016	2017	
1	ELSA	0,747	0,633	0,886	0,734	0,456	0,691
2	TINS	0,671	0,810	0,772	0,759	0,823	0,767
3	ESSA	0,367	0,433	0,519	0,304	0,595	0,444
4	PTBA	0,646	0,722	0,722	0,747	0,734	0,714
5	ITMG	0,747	0,544	0,709	0,696	0,734	0,686
6	RUIS	0,924	0,835	0,835	0,608	0,620	0,764
7	GEMS	0,367	0,544	0,456	0,646	0,772	0,557
8	ARTI	0,835	0,797	0,747	0,633	0,709	0,744
Jumlah		5,304	5,318	5,646	5,127	5,443	5,368
Rata-rata		0,663	0,665	0,706	0,641	0,680	0,671

Sumber : Bursa Efek Indonesia (Data telah diolah, 2019)

Nilai dari *Corporate Social Responsibility* pada masing-masing perusahaan mengalami kenaikan dan penurunan pada setiap tahunnya. Apabila dilihat dari kode perusahaan dengan rata-rata keseluruhan yang memiliki rata-rata paling tinggi diantara perusahaan adalah TINS (Timah (Persero), Tbk) yaitu sebesar 0.767, sedangkan perusahaan yang memiliki rata-rata rendah adalah ESSA (Surya Esa Perkasa) yaitu sebesar 0,444. Dapat dilihat dari rata-rata pertahun dari 8 perusahaan yang setiap tahunnya mengalami penurunan dan kenaikan. Nilai *Corporate Social Responsibility* pada 2013 mengalami penurunan yaitu sebesar 0,663, pada tahun 2014 yaitu sebesar 0,665 dan pada tahun 2015 yaitu sebesar 0,706 mengalami kenaikan, pada tahun 2016 kembali mengalami penurunan yaitu sebesar 0,641, terakhir pada tahun 2017 mengalami kenaikan yaitu sebesar 0,680.

Apabila *Corporate Social Responsibility* mengalami penurunan maka pengaruhnya pada perusahaan adalah perusahaan tersebut tidak dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan baik dengan memperoleh laba yang rendah. Sedangkan apabila *Corporate Social Responsibility* mengalami kenaikan

hal tersebut karena CSR mampu memberikan tingkat laba yang lebih tinggi terhadap perusahaan sehingga perusahaan dapat meningkatkan program CSR.

c. Return On Asset (ROA)

Variabel *moderating* (Z) yang digunakan dalam penelitian ini adalah rasio *Return On Asset* (ROA). Yaitu salah satu rasio profitabilitas yang bertujuan untuk membandingkan laba setelah pajak dengan total asset. Dan sebagai alat ukur untuk para investor melihat laba yang dihasilkan perusahaan. Berikut ini adalah hasil perhitungan *Return On Asset* pada masing-masing perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2013-2017 :

Tabel IV-4
Return On Assets (ROA) Perusahaan Pertambangan
Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2013-2017

NO	Kode	Return On Asset (ROA)					Rata-Rata
		2013	2014	2015	2016	2017	
1	ELSA	0,056	0,098	0,086	0,075	0,052	0,073
2	TINS	0,065	0,065	0,011	0,026	0,042	0,042
3	ESSA	0,106	0,074	0,018	0,023	0,003	0,045
4	PTBA	0,159	0,136	0,121	0,109	0,207	0,146
5	ITMG	0,166	0,153	0,054	0,108	0,186	0,133
6	RUIS	0,023	0,044	0,038	0,027	0,022	0,031
7	GEMS	0,042	0,034	0,006	0,093	0,204	0,076
8	ARTI	0,042	0,017	0,017	0,004	0,012	0,018
Jumlah		0,659	0,622	0,349	0,465	0,727	0,564
Rata-rata		0,082	0,078	0,044	0,058	0,091	0,071

Sumber : Bursa Efek Indonesia (Data telah diolah,2019)

Nilai *Return On Asset* pada masing-masing perusahaan mengalami kenaikan dan penurunan pada setiap tahunnya. Jika dilihat dari rata-rata keseluruhan yang memiliki rata-rata paling tinggi di antara 8 perusahaan adalah PTBA (Bukit Asam (Persero),Tbk) yaitu sebesar 0,146, sedangkan perusahaan yang memiliki rata-rata rendah adalah ARTI (Ratu Prabu Energi,Tbk) yaitu sebesar 0.018.

Sedangkan dilihat dari rata-rata pertahun dari 8 perusahaan yang setiap tahunnya mengalami penurunan dan kenaikan. Nilai *Return On Asset* pada tahun 2013 yaitu sebesar 0,082, pada tahun 2014 yaitu sebesar 0,078, pada tahun 2015 mengalami penurunan yaitu sebesar 0,044, pada tahun 2016 mengalami kenaikan yaitu sebesar 0,058, dan pada tahun 2017 mengalami kenaikan yaitu sebesar 0,091.

Apabila *Return On Asset* mengalami penurunan maka tentu sangat berpengaruh terhadap kelangsungan perusahaan dalam melakukan kegiatan operasionalnya. Namun apabila *Return On Asset* mengalami peningkatan maka sangat memungkinkan perusahaan mampu memanfaatkan *Total Asset* yang dimiliki dengan efektif dalam melakukan kegiatan operasionalnya. Semakin tinggi rasio ini semakin baik. Artinya *Total Asset* yang dimiliki perusahaan semakin efektif dalam pengembalian *Asset* perusahaan tersebut. Untuk mencapai tujuan perusahaan tersebut maka perlu dilakukan proses manajemen yang efektif dan efisien.

2. Analisis Regresi

Untuk menghasilkan suatu model yang baik, analisis regresi memerlukan pengujian asumsi klasik sebelum melakukan pengujian hipotesis. Apabila terjadi penyimpangan dalam pengujian asumsi klasik perlu dilakukan perbaikan terlebih dahulu.

a. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah hasil analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk menganalisis dalam penelitian ini terbebas dari penyimpangan asumsi klasik maka terdapat kriteria-kriteria dalam uji asumsi klasik yaitu:

1) Uji Normalitas

Pengujian normalitas data dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi, variabel bebas dan variabel terikat atau keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Uji *Kolmogrov Smirnov* (K-S) dengan asumsi berdasarkan kriteria tersebut:

- a) Jika angka signifikan > 0.05 maka data berdistribusi normal.
- b) Jika angka signifikan < 0.05 maka data tidak berdistribusi normal.

Adapun hasil uji Kolmogrov Smirnov dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel IV-5
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		MODEL 2
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,06656045
Most Extreme Differences	Absolute	,114
	Positive	,082
	Negative	-,114
Kolmogorov-Smirnov Z		,721
Asymp. Sig. (2-tailed)		,676

a. Test distribution is Normal.

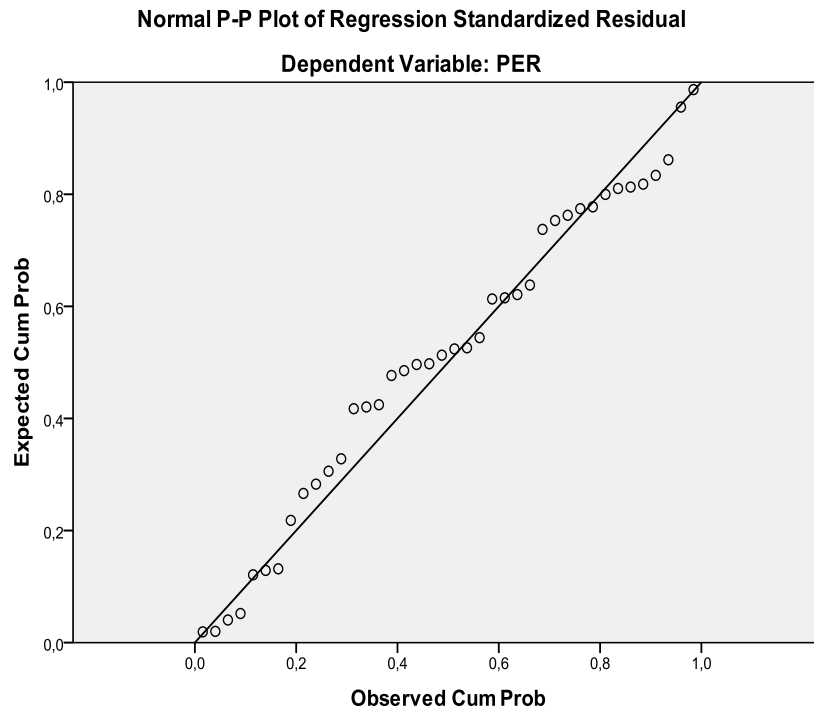
b. Calculated from data.

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Dari hasil pengolahan data pada tabel diatas diperoleh besarnya nilai *Kolmogrov-Smirnov* adalah 0,721 dan signifikan pada 0.676. Nilai signifikan $0.676 > 0.05$ sehingga data berdistribusi normal.

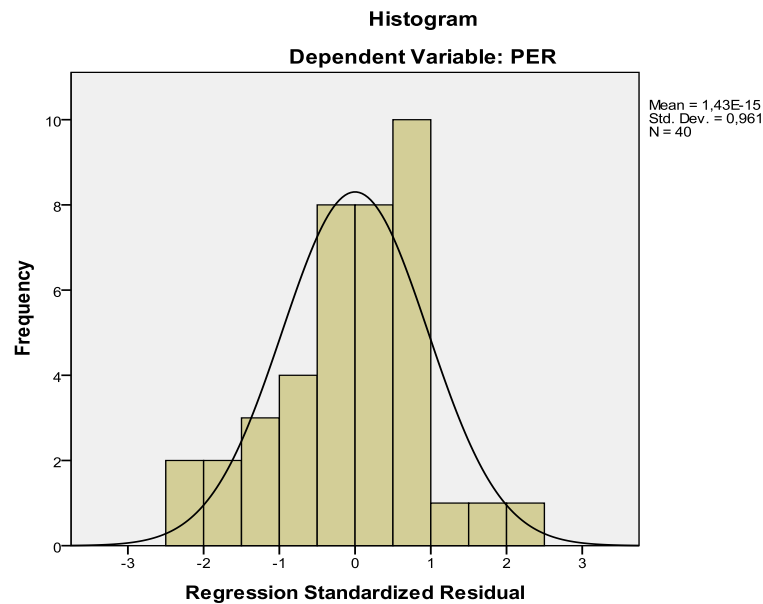
Adapun data yang terdistribusi secara normal tersebut juga dapat dilihat melalui hasil *Normal Probability Plot* dimana datanya dapat dilihat dari

penyebaran data yang mengikuti arah garis diagonal pada grafik Normal P-plot nya dan juga dapat dilihat melalui grafik histogram sebagai berikut:



Gambar IV.1 Grafik Normal *P-Plot*
Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Pada grafik normal *p-plot* terlihat pada gambar bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi normalitas. Hal ini menyimpulkan bahwa metode regresi berdistribusi normal dan layak untuk dianalisis.



Gambar IV.2 Grafik Histogram

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Demikian pula dengan hasil uji normalitas dengan menggunakan grafik histogram diatas. Terlihat dari grafik yang dihasilkan menyerupai lonceng dan tidak melenceng kekiri dan kekanan maka data tersebut berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang kuat antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah sebagai berikut: dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*

- a) Bila $VIF > 10$, maka terdapat multikolinieritas
- b) Bila $VIF < 10$, berarti tidak terdapat multikolinieritas.
- c) Bila $Tolerance < 0,1$ maka terjadinya multikolinieritas
- d) Bila $Tolerance > 0,1$ maka tidak terjadi multikolinieritas.

Adapun hasil uji multikolinearitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.6
Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	CSR	,901	1,110
	ROA	,052	1,394

a. Dependent Variable: PER

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Dari data pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai *variance inflation factor* (VIF) untuk *variable Corporate Social Responsibility* sebesar 1.110, *variable Return On Asset* sebesar 1.394. Demikian juga nilai Tolerance pada *variable Corporate Social Responsibility* sebesar 0.901, *variable Return On Asset* sebesar 0.052. Dari masing-masing variabel nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,1 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas. Dan nilai VIF lebih kecil dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinieritas.

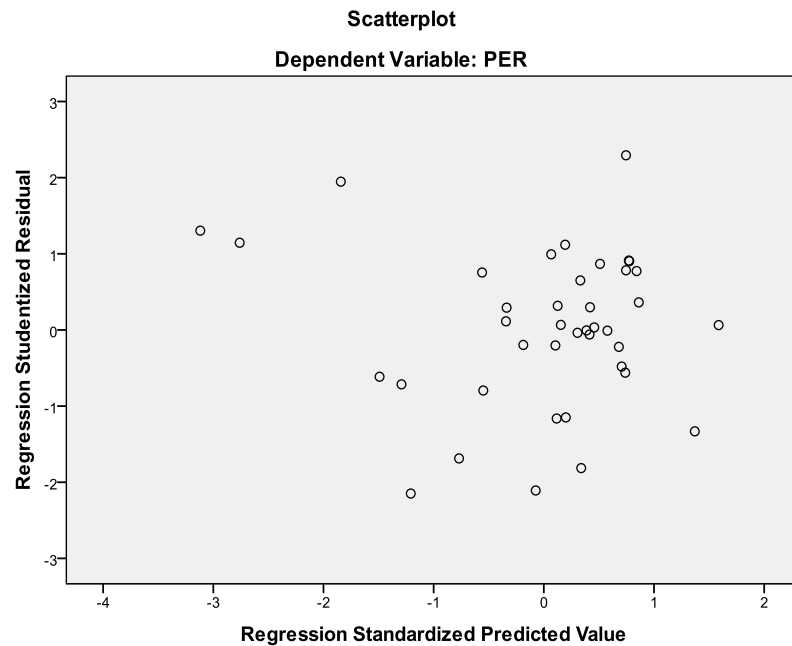
b. Uji Heteroskedastisitas

Heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, terjadi ketidaksamaan varian dan residual satu pengamatan yang lain. Jika varian residual dari satu pengamatan yang lain tetap, maka regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas.

- a) Jika ada pola tertentu, seperti titik yang membentuk pola yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka hal ini akan mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas.

- b) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

Adapun hasil uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:



Gambar IV.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Berdasarkan gambar *Scatterplot* diatas terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk pola yang jelas (bergelombang, melebar dan menyempit), serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

c. Uji Autokorelasi

Autokorelasi digunakan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$. Uji ini 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 dengan menggunakan nilai uji *Durbin Watson* (Hantono, 2018).

Dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai DW dibawah < 4 atau > 4 yang berarti ada korelasi positif.
- 2) Jika nilai DW diantara 4 yang berarti tidak ada autokorelasi.
- 3) Jika nilai DW $+4$ maka adanya pengaruh autokorelasi positif dan negatif.

Adapun hasil uji autokorelasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel IV.7
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,982 ^a	,964	,961	,05070	2,023

a. Predictors: (Constant), XZ, X, Z

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Dari data pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai statistik D-W sebesar 2.023 (d) . dari hasil 2.023 *Durbin Watson* menunjukkan hasil < 4 yang berarti ada autokorelasi yang positif. Dan berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa terjadi autokorelasi.

b. Analisis Regresi Linear Sederhana

Dalam pengolahan data dengan menggunakan regresi linear sederhana, dilakukan beberapa tahapan untuk mencari hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, melalui pengaruh CSR terhadap PER. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan program SPSS Versi 16, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel IV-8
Hasil Analisis Regresi Sederhana

Model		Coefficients ^a		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	,706	,022	
	CSR	-,001	,000	-,534

a. Dependent Variable: PER

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Berdasarkan tabel diatas maka dapat diketahui nilai-nilai sebagai berikut:

Konstanta = 0,706

Corporate Social Responsibility = - 0,001

Hasil tersebut dimasukkan kedalam bentuk persamaan regresi linier sederhana sehingga diketahui persamaan sebagai berikut:

$$Y = 0.706 - 0.001 + \epsilon$$

Keterangan :

- 1) Nilai konstanta (α) adalah 0,706 dengan arah hubungan yang positif, menunjukkan bahwa apabila variabel independen dianggap konstan maka nilai *Price Earning Ratio* menjadi sebesar 70,6 %.
- 2) Nilai *Corporate Social Responsibility* (β_1) adalah -0,001 dengan arah hubungan yang negatif, menunjukkan bahwa setiap peningkatan *Corporate Social Responsibility* maka akan diikuti oleh penurunan *Price Earning Ratio* sebesar 10% dengan asumsi *variabel independent* lainnya dianggap konstan.

c. Analisis Regresi Dengan Variabel Moderasi

Tabel IV-9
Hasil Regresi Variabel Moderasi

Model		Coefficients ^a		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	,723	,020	
	CSR	-,001	,000	-,432
	ROA	-7,940	,840	-3,106
	Moderat1	11,124	1,160	3,179

a. Dependent Variable: PER

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Berdasarkan tabel diatas maka dapat diketahui nilai-nilai sebagai berikut:

Konstanta	=	0,723
<i>Corporate Social Responsibility</i>	=	-0,001
<i>Return On Asset</i>	=	-7,940
Moderat 1	=	11,124

Hasil tersebut dimasukkan kedalam bentuk persamaan regresi dengan variabel moderasi sehingga diketahui persamaan sebagai berikut:

$$Z = 0,723 - 0,001_1 + \epsilon$$

$$\text{Dimana } \|\epsilon\| = 0,723 - 7,940_2 + 11,124$$

Keterangan :

- 1) Nilai konstanta (α) sebesar 0,723 dengan arah hubungannya positif, menunjukkan bahwa apabila *variabel independent* dianggap konstan maka *Price Earning Ratio* telah mengalami kenaikan sebesar 72,3 %.
- 2) Nilai *Corporate Social Responsibility* (β_1) adalah -0,001 dengan arah hubungannya negatif menunjukkan bahwa setiap peningkatan *Corporate*

Social Responsibility maka akan diikuti oleh penurunan *Price Earning Ratio* sebesar 10% dengan asumsi *variabel independent* lainnya dianggap konstan.

- 3) Nilai *Return On Asset* (β_2) adalah -7,940 dengan arah hubungannya negatif menunjukkan bahwa setiap peningkatan *Return On Asset* maka akan diikuti oleh penurunan *Price Earning Ratio* sebesar -794% dengan asumsi *variabel independent* lainnya dianggap konstan.
- 4) Nilai *Moderate* sebesar 11,124 dengan arah hubungan positif, menunjukkan bahwa setiap peningkatan *Moderate* maka akan diikuti oleh peningkatan *Price Earning Ratio* sebesar 1.112,4% dengan asumsi *variabel independent* lainnya dianggap konstan.

d. Uji Signifikan Parsial (Uji Statistik t)

Uji t digunakan untuk menguji koefisien regresi secara individual, pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah secara parsial masing-masing variabel bebas mempunyai pengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel terikat.

- a) Bentuk pengujian

H_0 : $r_s = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

H_a : $r_s \neq 0$, artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

- b) Kriteria pengambilan keputusan

Ho diterima jika $-ttabel \leq thitung \leq ttabel$ pada $\alpha = 5\%$

Ho ditolak jika $thitung > ttabel$ atau $-thitung < -ttabel$

Adapun hasil uji t yang diperoleh dari SPSS versi 16 adalah sebagai berikut:

Tabel IV-10
Hasil Uji t (Parsial)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,723	,020		36,853	,000
CSR	-,001	,000	-,432	-5,497	,000
ROA	-7,940	,840	-3,106	-9,448	,000
Moderat1	11,124	1,160	3,179	9,592	,000

a. Dependent Variable: PER

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Untuk menguji kriteria uji t dilakukan pada tingkat $\alpha = 5\%$ dengan nilai t untuk $n = 40 - 1 = 39$ adalah 2,023.

Hasil pengujian (uji t) pada tabel diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Price Earning Ratio*

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh secara individual (parsial) mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap *Price Earning Ratio* (Nilai Perusahaan). Dari pengolahan data SPSS versi 16, maka dapat diperoleh hasil uji t sebagai berikut:

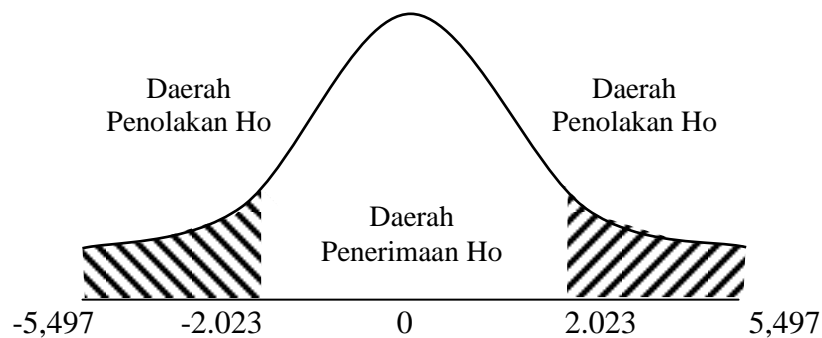
$$t_{\text{hitung}} = -5,497$$

$$t_{\text{tabel}} = 2,023$$

Kriteria pengambilan keputusan:

- 1) H_0 diterima jika Nilai $-2,023 \leq t_{\text{hitung}} \leq 2,023$ pada $\alpha = 5\%$, yang artinya tidak ada pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat.
- 2) H_0 ditolak jika $t_{\text{hitung}} > 2,023$ atau $-t_{\text{hitung}} < -2,023$

Kriteria pengujian Hipotesis :



Gambar IV.4 Kriteria Pegujian Hipotesis Uji t 1

Berdasarkan hasil pengujian diatas secara parsial pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Price Earning Ratio* (PER). Nilai t_{hitung} untuk variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah -5,497 dan t_{tabel} dengan $\alpha = 5\%$ diketahui sebesar 2.023. Dengan demikian $-5,497 < -2.023$. Dan nilai signifikan sebesar 0.000 (lebih kecil dari 0.05) artiya H_0 ditolak dan H_a diterima Berdasarkan hasil tersebut maka disimpulkan bahwa secara parsial *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap *Price Earning Ratio*.

2. Pengaruh *Return On Asset* terhadap *Price Earning Ratio*

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah *Return On Asset* (ROA) berpengaruh secara individual (parsial) mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap *Price Earning Ratio* (PER). Dari pengolahan data SPSS versi 16, maka dapat diperoleh hasil uji t sebagai berikut:

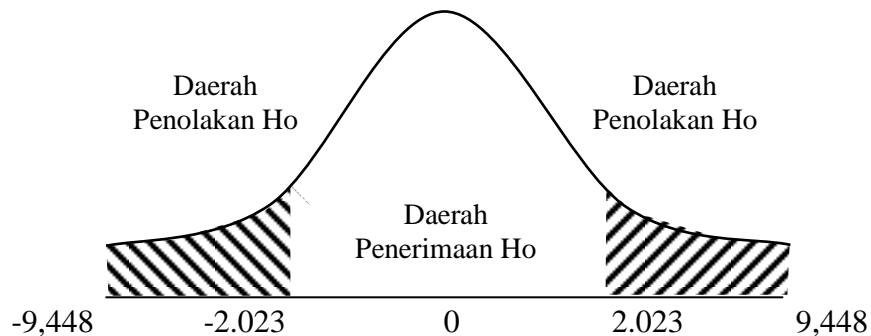
$$t_{hitung} = -9,448$$

$$t_{tabel} = 2.023$$

Kriteria pengambilan keputusan :

- 1) H_0 diterima jika $-2.023 \leq t_{hitung} \leq 2.023$, pada $\alpha = 5\%$
- 2) H_0 ditolak jika $t_{hitung} > 2.023$ atau $-t_{hitung} < -2.023$.

Kriteria pengujian Hipotesis :



Gambar IV.5 Kriteria Pegujian Hipotesis Uji t 2

Berdasarkan hasil pengujian diatas secara parsial pengaruh *Return On Asset* (ROA) terhadap *Price Earning Ratio* (PER). Nilai t_{hitung} untuk variabel *Return On Asset* adalah -9,448 dan t_{tabel} dengan $\alpha = 5\%$ diketahui sebesar 2.023. Dengan demikian $-9,448 < -2,023$. dan nilai signifikan sebesar 0.000 (lebih kecil dari 0.05) artiya H_0 ditolak dan H_a diterima. Berdasarkan hasil tersebut maka disimpulkan bahwa secara parsial *Return On Asset* berpengaruh signifikan terhadap *Price Earning Ratio*.

3. *Return On Asset* Memoderasi Hubungan antara *Corporate Social Responsibility* terhadap *Price Earning Ratio*

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah *Return On Asset* (ROA) berpengaruh secara individual (parsial) mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap *Corporate Social Responsibility* dan *Price Earning Ratio*. Dari pengolahan data SPSS versi 16, maka dapat diperoleh hasil uji t sebagai berikut:

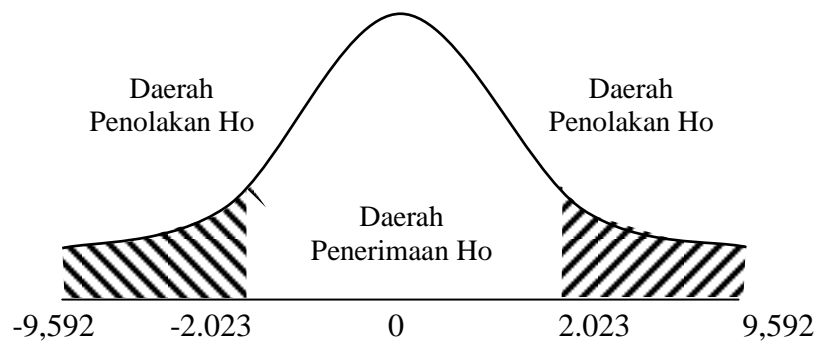
$$t_{hitung} = 9,592$$

$$t_{tabel} = 2.023$$

Kriteria pengambilan keputusan :

- 1) H_0 diterima jika $-2.023 \leq t_{hitung} \leq 2.023$, pada $\alpha = 5\%$
- 2) H_0 ditolak jika $t_{hitung} > 2.023$ atau $-t_{hitung} < -2.023$.

Kriteria pengujian Hipotesis :



Gambar IV.6 Kriteria Pegujian Hipotesis Uji t 3

Berdasarkan hasil pengujian diatas secara parsial pengaruh *Return On Asset* (ROA) mampu memoderasi terhadap *Corporate Social Responsibility* dan *Price Earning Ratio* (PER). Nilai t_{hitung} untuk variabel *Return On Asset* adalah 9,592 dan t_{tabel} dengan $\alpha = 5\%$ diketahui sebesar 2.023. Dengan demikian $9,592 > 2.023$ dan nilai signifikan sebesar 0.000 (lebih kecil dari 0.05) artinya H_a diterima dan H_0 ditolak. Berdasarkan hasil tersebut maka disimpulkan bahwa secara parsial *Return On Asset* berpengaruh signifikan Memoderasi Hubungan antara *Corporate Social Responsibility* terhadap *Price Earning Ratio*.

e. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentasi besarnya pengaruh variabel terikat yaitu dengan mengkuadrat koefisien yang ditemukan. Dalam penggunaanya koefisien determinasi ini dinyatakan dalm persentase (%). Untuk mengetahui sejauh mana kontribusi atau persentase pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan *Profitabilitas* sebagai *Moderating* maka dapat diketahui melalui uji determinasi.

Tingkat hubungan yang rendah ini dapat dilihat dari tabel pedoman untuk memberikan interprestasi koefisien kolerasi.

Tabel IV.11
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 - 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2017, hal 184)

Untuk mempermudah peneliti dalam pengelolaan penganalisisan data, peneliti menggunakan program komputer yaitu *Statistical Program For Social Science* (SPSS).

Tabel IV.12
Hasil Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,982 ^a	,964	,961	,05070	2,023

a. Predictors: (Constant), XZ, X, Z

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa hasil nilai *R-Square* sebesar 0.964 menunjukkan bahwa korelasi atau hubungan *Price Earning Ratio* (*variabel dependent*) dengan *Corporate Social Responisbility* (*variabel independent*) dan *Return On Asset* (*variabel Moderate*) mempunyai tingkat hubungan yang sangat besar, yaitu sebesar :

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

$$D = 0.964 \times 100\%$$

$$D = 96.4\%$$

B. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang didasarkan pada hasil pengolahan data yang terkait dengan judul, kesesuaian teori pendapat maupun penelitian terdahulu, maka dalam penelitian ini ada beberapa hal yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Price Earning Ratio*

Hasil penelitian yang diperoleh mengenai Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Price Earning Ratio* pada perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil uji secara parsial menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel *Corporate Social Responsibility* adalah $-5,497$ dan t_{tabel} dengan $\alpha = 5\%$ diketahui sebesar $-2,023$. Dengan demikian $-5,497 < -2,023$ dan nilai signifikan sebesar 0.000 (lebih kecil dari 0.05) artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Berdasarkan hasil tersebut maka disimpulkan bahwa secara parsial berpengaruh positif dan signifikan *Corporate Social Responsibility* terhadap *Price Earning Ratio*.

Corporate Social Responsibility (CSR) sebuah gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single buttom line* yaitu diproksikan pada nilai perusahaan akan tetapi juga dihadapkan pada aspek lain seperti lingkungan, dan keuangan perusahaan itu sendiri (Firmansyah dan Mahardhika, 2018)

Sedangkan menurut (Limberg, Iwan, Moeliono, Indriatmoko, Mulyana & Utomo, 2009) perusahaan yang menyebarkan informasi tentang operasional perusahaan melalui berbagai media umum memberi gambaran yang positif, namun gambaran ini tidak mencerminkan sepenuhnya pelaksanaan dilapangan

dalam menjalankan tanggung jawab sosial sehingga pihak-pihak yang lebih mengetahui kondisi riil membuat informasi menjadi menghambat.

Hasil penelitian diatas sesuai dengan hasil penelitian (Adnantara, 2013) menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan (*Price Earning Raio*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa besar kecilnya praktik CSR mempengaruhi peningkatan Nilai perusahaan (*Price Earning Raio*).

Hasil penelitian serupa yang dilakukan oleh (Rosiana, 2013) bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan (*Price Earning Ratio*).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai *Corporate Social Responsibility* terhadap *Price Earning Ratio* pada perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia maka penulis dapat menyimpulkan bahwa ada kesesuaian antara hasil penelitian terdahulu dengan teori, hal ini dikarenakan besarnya praktik CSR berdampak pada laba yang dihasilkan oleh perusahaan, dimana semakin tinggi praktik CSR yang dijalankan maka semakin tinggi laba yang dihasilkan, sebaliknya apabila praktik CSR tidak dapat berjalan dengan baik maka laba yang dihasilkan akan rendah yang dapat memberikan dampak buruk pada nilai perusahaan sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan pula bagi para investor dalam menanamkan sahamnya. Jadi penulis dapat menyimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Price Earning Ratio*.

2. Pengaruh *Return On Asset* terhadap *Price Earning Ratio*

Hasil penelitian yang diperoleh mengenai Pengaruh *Return On Asset* terhadap *Price Earning Ratio* pada perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil uji secara parsial menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel *Return On Asset* adalah -9,448 dan t_{tabel} dengan $\alpha = 5\%$ diketahui sebesar 2,023. Dengan demikian $-9,448 < -2,023$ dan nilai signifikan sebesar 0.000 (lebih kecil dari 0.05) artinya H_0 ditolak dan H_a diterima Berdasarkan hasil tersebut maka disimpulkan bahwa secara parsial berpengaruh positif dan signifikan *Return On Asset* terhadap *Price Earning Ratio*.

Menurut (Jatmiko, 2017) bahwa hal yang paling penting dalam keputusan utama perusahaan ketika menyangkut penciptaan nilai perusahaan dimana hal ini dimulai dengan menentukan jumlah total aset yang harus dipegang oleh perusahaan.

Hasil teori lain dikatakan bahwa menentukan nilai saham investor harus memperhatikan laba atau *earning* yang diharapkan dari perusahaan dimasa yang akan datang tergantung dari prospek keutungan yang dimiliki perusahaan dimana sangat tergantung dari keadaan ekonomi secara keseluruhan sehingga mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba (Tandelilin, 2010).

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan Menurut (Nurhayati, 2013) menyatakan bahwa profitabilitas yaitu *Return On Asset* perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan yaitu *Price Earning Ratio*.

Hasil penelitian lainnya yang serupa oleh (Mardiyati, Ahmad & Putri, 2012) menyatakan bahwa Profitabilitas (*Return On Asset*) memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan (*Price Earning Ratio*). Hal ini berarti semakin tinggi nilai keuntungan yang didapat maka semakin tinggi Nilai Perusahaannya (*Price Earning Ratio*).

Return On Asset (ROA) digunakan dalam menunjukkan laba perusahaan dan digunakan untuk mengukur efektifitas perusahaan didalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya. Semakin besar tingkat pertumbuhan laba dan total aktiva maka akan semakin baik ROA nya. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai *Return On Asset* terhadap *Price Earning Ratio* maka penulis dapat menyimpulkan bahwa ada kesesuaian antara hasil penelitian terdahulu dengan teori. Jadi penulis dapat menyimpulkan bahwa *Return On Asset* berpengaruh positif signifikan terhadap *Price Earning Ratio*.

3. *Return On Asset* Memoderasi Hubungan antara *Corporate Social Responsibility* terhadap *Price Earning Ratio*

Hasil penelitian yang diperoleh mengenai *Return On Asset* Memoderasi Hubungan antara *Corporate Social Responsibility* terhadap *Price Earning Ratio* pada perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil pengujian diatas, maka dapat diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 9,592 dan t_{tabel} diketahui sebesar 2,023. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($9,592 > 2,023$), dan signifikansi adalah sebesar 0.000 (lebih kecil dari 0.05) ini berarti H_a diterima dan H_o ditolak, Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel *Return On Asset* Memoderasi Hubungan antara *Corporate Social Responsibility* terhadap

Price Earning Ratio pada perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Menurut (Fuad, Christine, Nurlela, Sugiarto & Paulus, 2006) laba atau keuntungan bukanlah satu-satunya tujuan perusahaan, tetapi juga akan tercapai apabila perusahaan mampu tetap hidup berkembang dan memperoleh keuntungan. Dengan demikian yang membedakan perusahaan dengan lembaga sosial terletak pada penekanan atau prioritas perusahaan terhadap laba, kelangsungan hidup dan tanggung jawab sosial. Sedangkan perusahaan yang berorientasi pada perolehan keuntungan umumnya akan memfokuskan kegiatannya untuk meningkatkan nilai perusahaan hingga mencapai maksimum dimana laba merupakan tolak ukur keberhasilan. Dalam hal ini nilai perusahaan dianggap harga jual perusahaan yang dianggap layak oleh calon investor sehingga ia mau membayarnya apabila suatu perusahaan akan dijual.

Menurut teori oleh (Purnaya, 2016) menyatakan bahwa pada umumnya hampir seluruh kegiatan perusahaan ditujukan untuk memperoleh laba. Meskipun demikian, memperoleh laba bukanlah satu-satunya tujuan perusahaan akan tetapi untuk mensejahterakan pihak yang mendapatkan kesempatan seperti karyawan dalam meningkatkan nilai perusahaan yang dinamakan tujuan sosial yang disebut prioritas.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan Menurut (Putra, 2015) hasil *Return On Asset* yang signifikan menunjukkan bahwa adanya hubungan *Corporate Social Responsibility* terhadap *Price Earning Ratio* yaitu Nilai Perusahaan, yang berarti Profitabilitas yaitu *Return On Asset* mampu

memperkuat hubungan *Corporate Social Responsibility* pada nilai perusahaan yaitu *Price Earning Ratio*.

Hasil penelitian lain oleh (Wulandari, Ramatha & Wirakusuma, 2016) bahwa Profitabilitas (*Return On Asset*) merupakan variabel pemoderasi yang memperkuat hubungan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Nilai perusahaan (*Price Earning Ratio*). Hasil penelitian ini menunjukkan tingkat profitabilitas yang tinggi dapat mendorong perusahaan untuk melaksanakan dan mengungkapkan aktivitas CSR sehingga dapat meningkatkan reputasi perusahaan, CSR akan meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan meningkat.

Maka berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa secara parsial mempunyai pengaruh signifikan *Return On Asset* Memoderasi Hubungan antara *Corporate Social Responsibility* terhadap *Price Earning Ratio*.

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* (CSR) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *Price Earning Ratio* (PER). Hal ini membuktikan bahwa perusahaan memiliki hubungan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan *Price Earning Ratio* (PER) yang diukur dengan harga saham, yang berarti perusahaan dapat mengelola CSR dengan baik untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat tentang kepedulian perusahaan terhadap lingkungan.
2. *Return On Asset* (ROA) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *Price Earning Ratio* (PER). Hal ini membuktikan bahwa *Return On Asset* (ROA) memiliki hubungan terhadap nilai perusahaan yang diukur dengan *Price Earning Ratio* (PER), yang berarti perusahaan berhasil dalam mengelola asset untuk menghasilkan laba sehingga laba yang dihasilkan bertambah dan investor tertarik untuk menginvestasikan modalnya ke perusahaan tersebut.
3. *Return On Asset* (ROA) dapat memperkuat hubungan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan *Price Earning Ratio* (PER). Hal ini disebabkan karena *Return On Asset* (ROA) secara parsial berpengaruh signifikan dalam memoderasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan *Price Earning Ratio* (PER).

B. Saran

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

1. Perusahaan sudah harus diwajibkan dalam menerapkan praktik *Corporate Social Responsibility* dengan memperhatikan peningkatan kondisi sosial yang lebih diperluas dengan melihat kondisi lingkungan perusahaan saat ini dan masa mendatang, agar perusahaan mendapatkan *impact* berupa kepercayaan yang diberikan oleh investor serta masyarakat sekitar lingkungan bahwa perusahaan mampu mengelola keuntungan yang digunakan tersebut untuk kepedulian pihak internal dan eksternal.
2. Perusahaan sebaiknya harus lebih mampu dalam meningkatkan asset (aktiva) yang dihasilkan untuk meningkatkan laba perusahaan. Karena dengan adanya asset atau aktiva yang lebih besar maka perusahaan tersebut mampu menghasilkan laba dari asset yang digunakan sehingga laba tersebut juga dapat dipergunakan untuk praktik *Corporate Social Responsibility*.
3. Perusahaan sebaiknya lebih gencar dalam meningkatkan laba yang menjadi tolak ukur dalam menjalankan operasional perusahaan dengan dukungan *Corporate Social Responsibility* yang berdampak langsung terhadap *Price Earning Ratio* yang diprosikan sebagai Nilai perusahaan.

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel dan jumlah sampel penelitian agar menapatkan hasil yang lebih akurat. Dengan adanya variabel dan jumlah sampel yang lebih banyak maka kemungkinan mendapatkan hasil yang lebih baik juga, sehingga adanya perbedaan antara

penelitian saat ini dengan penelitian yang akan datang dan akan menjadi acuan dalam penelitian-penelitian sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnantara, K. F. (2013). Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham dan Corporate Social Responsibility Pada Nilai Perusahaan. *Jurnal Buletin Studi Ekonomi*, 18(2), 107-113.
- Allen, M. (2001). *Business Portofolio Management*. Jakarta: PT. Gelora Angkasa Pratama.
- Ansofino, Jolianis, Yolamalinda, & Arfilindo, H. (2016). *Buku Ajar Ekonometrika*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Arifin, J. (2008). *Statistik Bisnis Terapan Dengan Microsoft Excel 2007*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Awuy, V. P., Sayekti, Y., & Purnamawati, I. (2016). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Earnings Response Coefficient (ERC). *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 18(1), 15-26.
- Azheri, B. (2011). *Corporate Social Responsibility Dari Voluntery Menjadi Mandatery*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Budiman, R. (2018). *Rahasia Analisis Fundamental Saham*. Jakarta: PT. Elex Media Komputirindo.
- Christianus. (2010). *Seni Belajar Kilat SPSS 17*. Yogyakarta: Penerbit ANDI Yogyakarta dengan ELCOM.
- Darmanto, Wardaya, S., & Dwiyani, T. (2019). *Bauran Orientasi Strategi Dan Kinerja Organisasi*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Djiwandono, & Istiarto, P. (2015). *Meneliti Itu Tidak Sulit*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Farida, T. (2016). Pengaruh Customer Relationship Management Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Investor PT Danaperkasa Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 17(1), 101-123.
- Firmansyah, M. A., & Mahardhika, B. W. (2018). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish CV. Budi Utama.
- Fuad, M., Christin, H., Nurlela, Sugiarto, & Paulus. (2006). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Gunawan, B., & Utami, S. S. (2008). Peranan Corporate Social Responsibility Dalam Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 7(2), 174-185.

- Hadi, N. (2011). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hamdani. (2018). *Good Corporate Governance*. Jakarta: Penerbit Mitra Wacana.
- Hanjaja, G. (2013). Analisis Penerapan Corporate Social Responsibility di Perusahaan Multilevel Marketing PT. Harmoni Dinamik Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 2(2), 1-17.
- Hantono. (2018). *Konsep Analisa Laporan Keuangan Dengan Pendekatan Rasio Dan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish CV. Budi Utama.
- Harmono. (2018). *Manajemen Keuangan Berbasis Balanced Scorecard*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Herry, Y., & Ariyanto, S. (2012). Analisis Perbedaan Tingkat Profitabilitas Sebelum Dan Sesudah Pengungkapan CSR (Corporate Social Responsibility) Pada Perusahaan Dalam Industri Pertambangan Dan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Binus Bussiness Review*, 3(2), 849-860.
- Hery. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Hery. (2017). *Kajian Riset Akuntansi Mengulas Berbagai Hasil Penelitian Terkini dalam Bidang Akuntansi dan Keuangan*. Jakarta: Penerbit PT. Grasindo.
- Indriyani, E. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Akuntansi*, 10(2), 333-348.
- Iskandar. (2016). Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan. *Forum Ekonomi*, 18(1), 76-84.
- Jatmiko, D. (2017). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: Penerbit Diandra Kreatif.
- Jufrizen, J., & Nasution, M. F. (2016). Pengaruh Return On Asset, Total Assets Turnover, Quick Rato, dan Inventory Turnover Terhadap Debt to Assets Ratio Pada Perusahaan Jasa Sub Sektor Perdagangan Besar Barang Produksi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi & Bisnis*, 16(1), 45-70.
- Juliandi, A., & Irfan. (2016). *Mengolah Data Penelitian Bisnis Dengan SPSS*. Medan: Penerbit Lembaga Penelitian Dan Penulisan Ilmiah AQLI.
- Juliandi, A., Irfan, & Manurung, S. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Medan: Umsu Press.
- Kasmir. (2012). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja GraFindo Persada.

- Koloay, N., Montolalu, J., & Mangindaan, J. V. (2018). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) Pada Perusahaan Tambang Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2016. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 28-33.
- Krisna, A. D., & Suhardianto, N. (2016). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 18(2), 119-127.
- Kuncoro, A., & Sudarman. (2018). *Metodologi Penelitian Manajemen*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Lamo, A. (2018). *Corporate Social Responsibility Dalam Perspektif Governance*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Liana, L. (2009). Penggunaan MRA dengan SPSS untuk Menguji Pengaruh Variabel Moderating terhadap Hubungan antara Variabel Independen dan Variabel Dependen. *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK*, XVI(2), 90-97.
- Limberg, G., & Indriatmoko, Y. (2019). *Bukan Hanya Laba Prinsip-prinsip Bagi Perusahaan untuk Melaksanakan Tanggung Jawab Sosial*. Bogor: Center For Internasional Forestry Research.
- Lubis, I. L., Sinaga, B. M., & Sasongko, H. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 3(3), 458-465.
- Manurung, A. H. (2008). *Strategi Memenangkan Transaksi Saham di Bursa*. Jakarta: PT. Elex Media Komputirindo.
- Mardiyanto, H. (2009). *Inti Sari Manajemen Keuangan*. Jakarta: Penerbit Grasindo.
- Mardiyati, U., Ahmad, G. N., & Putri, R. (2012). Pengaruh Kebijakan Deviden, Kebijakan Hutang dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2005-2010. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 3(1), 1-17.
- Munawir. (2014). *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Nurhayati, M. (2013). Profitabilitas, Likuiditas, Dan Ukuran Perusahaan Pengaruhnya Terhadap Kebijakan Deviden Dan Nilai Perusahaan Sektor Non Jasa. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 5(2), 144-153.

- Pearce, C., Maciariello, J., & Yamawaki, H. (2010). *Indpirasi Manajemen Terbesssar di Dunia Bagi Para Pemimpin Bisnis Saat Ini*. Jakarta: PT. Ufuk Press.
- Purnaya, I. G. (2016). *Ekonomi Dan Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit CV. Andi Offset.
- Purnomo, R. A. (2017). *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS*. Ponorogo: Penerbit CV. Wade Group.
- Putra, B. D. (2015). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 13(2), 461-475.
- Rachman, N. M., Efendi, A., & Wicaksana, E. (2011). *Panduan Lengkap Perencanaan*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Rafsandjani, & Firdian, R. (2017). *Pengantar Bisnis Bagi Pemula*. Malang: Penerbit CV. Alkautsar Abadi.
- Rahayu, W., Darminto, & Topowijono. (2014). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Periode 2012-2013 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 17(2), 1-8.
- Rahma, E. Y. (2014). Analisis Variabel Fundamental Yang Berpengaruh Terhadap Price Earning Ratio (PER) sebagai Dasar Penilaian Saham Pada Perusahaan Automotive And Allied Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 12(3), 362-372.
- Ramadhani, A. R., Purnamawati, I. A., & Sujana, E. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *e-journal SI Ak Universitas Pendidikan Ganesha*, 7(1), 1-9.
- Rambe, M. F., Gunawan, A., Julita, Parlindungan, R., Gultom, D. K., & Wahyuni, S. F. (2015). *Manajemen Keuangan*. Medan: Citapustaka Media.
- Restuningdiah, N. (2007). Kinerja Lingkungan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 14(2), 191-204.
- Rosiana, G. A. (2013). Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi. *E- Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 5(3), 723-738.

- Sani, F. (2018). *Metodologi Penelitian Farmasi Komunitas Dan Eksperimental*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Sari, M., & Jufrizen, J. (2019). Pengaruh Price Earning Ratio Dan Return On Asset Terhadap Price To Book Value. *KRISNA : Kumpulan Riset Akuntansi*, 10(2), 196-203.
- Sari, N. (2014). Analisis Pengungkapan Corporate Social Responsibility Berdasarkan Global Reporting Initiative (GRI) Studi Kasus Perusahaan Tambang Batubara Bukit Asam (Persero) Tbk dan Timah (Persero) Tbk. *Binus Business Review*, 5(2), 527-536.
- Sarmanu. (2017). *Dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Statistika*. Surabaya: Penerbit Airlangga University Press.
- Sihombing, G. (2008). *Kaya dan Pintar Jadi Trader & Investor Saham*. Yogyakarta: Penerbit Indonesia Cerdas.
- Sitepu, D., & Effendi, J. (2014). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Price Earning Ratio Perusahaan Consumer Goods Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 4(1), 31-39.
- Solihin, I. (2009). *Corporate Social Responsibility From Charity To Sustainability*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Solimun, Fernandes, A. A., & Nurjannah. (2017). *Metode Statistika Multivariat Pemodelan Persamaan Struktural (SEM) Pendekatan WarpPLS*. Malang: Penerbit UB. Press.
- Sudana, I. M. (2011). *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori Dan Praktik*. Jakarta: PT. Glora Aksara Pratama.
- Sudana, I. M. (2011). *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori Dan Praktik Edisi 2*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sugiono, A., & Untung, E. (2016). *Panduan Praktis Dasar Analisa Laporan Keuangan Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Sugiono, A., & Untung, E. (2017). *Panduan Praktis Dasar Analisa Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan RAD*. Bandung: Penerbit CV. Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2017). *Manajemen Keuangan Teori, Aplikasi Dan Hasil Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

- Sukamulja, S. (2017). *Pengantar Pemodelan Keuangan Dan Analisis Pasar Modal*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Suparjan, A., & Mulya, A. S. (2012). Pengaruh Kinerja Sosial Dan Kinerja Keuangan Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Variabel Intervening Terhadap Nilai Perusahaan. *Media Riset Akuntansi*, 12(3), 27-58.
- Sutopo, Y., & Slamet, A. (2017). *Statistik Inferensial*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Tandelilin, E. (2010). *Portofolio dan Investasi*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Untung, H. B. (2008). *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Wahyuni, S. F. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 1(1), 109-117.
- Wulandari, A. A., Ramatha, I. W., & Wirakusuma, M. G. (2016). Dampak Moderasi Profitabilitas Terhadap Pengaruh Corporate Social Responsibility Pada Nilai Perusahaan Manufaktur. *E- Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 5(7), 1889-1918.
- Yudiatmaja, F. (2013). *Analisis Regresi Dengan Menggunakan Aplikasi Komputer Statistik SPSS*. Jakarta: Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Yuniningsih. (2018). *Dasar - Dasar Manajemen Keuangan*. Sidoarjo: Indomedia Pustaka.
- Yusuf, M. Y. (2017). *Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR) Pada Lembaga Keuangan Syariah (LKS) Teori Dan Praktek*. Depok: KENCANA.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : Nahara Fadhila
Npm : 1505160415
Tempat dan Tanggal Lahir : Helvetia, 14 Juni 1997
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Veteran Pasar IV Jl. Mesjid Gg. Mesjid Dusun VI

Data Orang Tua

Nama Bapak : Ahmad Nur
Nama Ibu : Sri Rahayu
Alamat : Veteran Pasar IV Jl. Mesjid Gg. Mesjid Dusun VI

Pendidikan Formal

1. SD Swasta PAB 27 Helvetia Tamat 2009
2. SMP Negeri 43 Medan Tamat 2012
3. SMK Laks. Martadinata Tamat 2015
4. Tahun 2015 – sekarang, tercatat sebagai mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Medan, September 2019

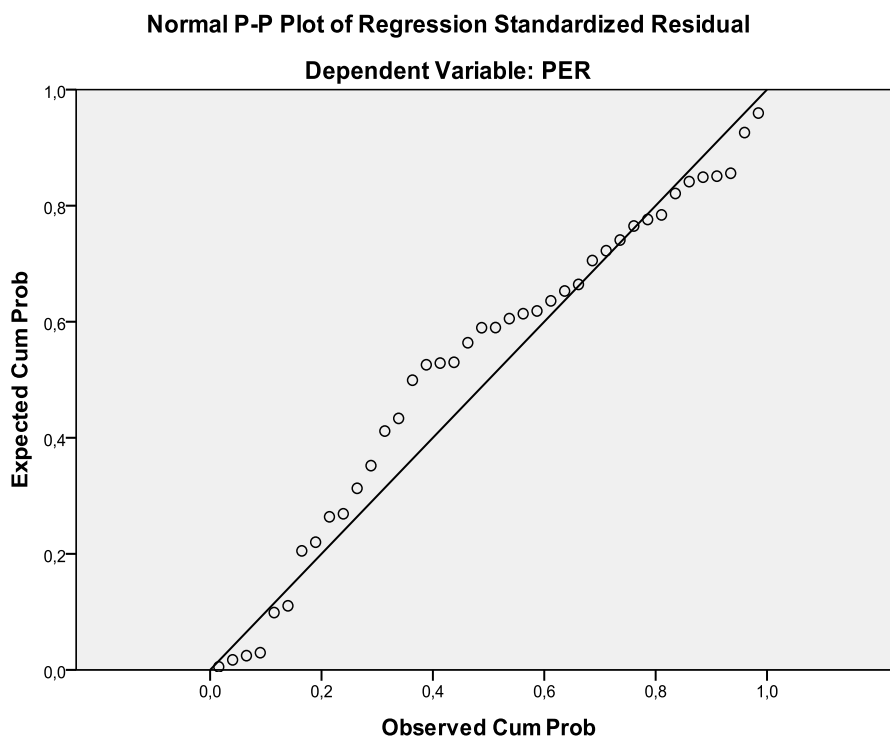
Nahara Fadhila

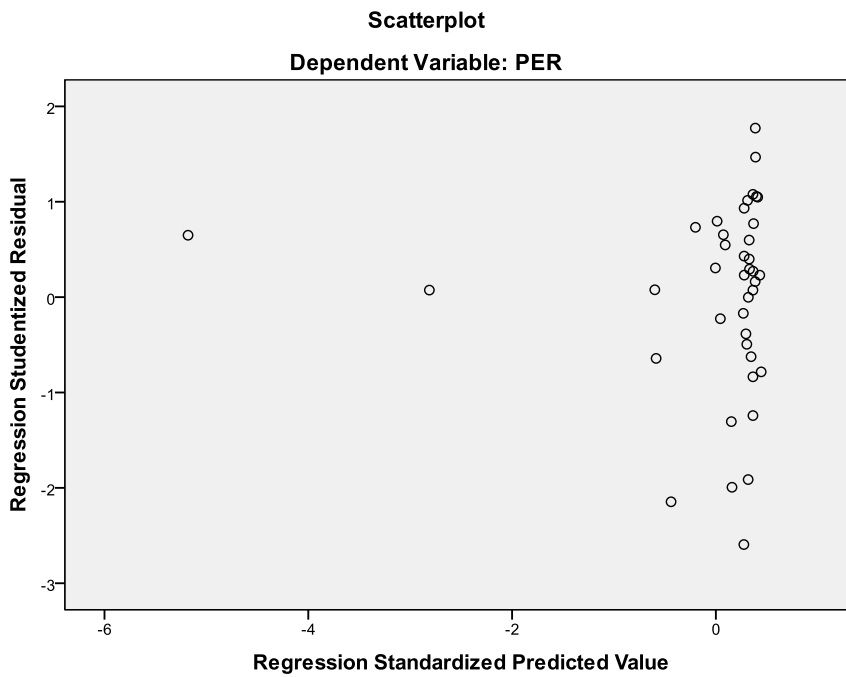
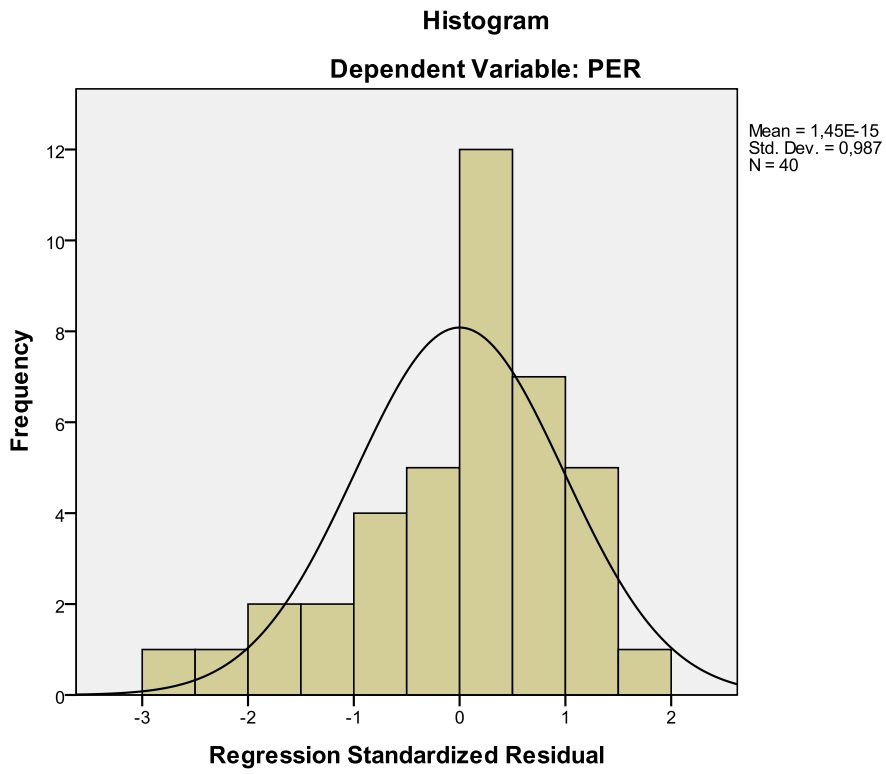
MODEL 1

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		MODEL 1
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,12565667
Most Extreme Differences	Absolute	,151
	Positive	,091
	Negative	-,151
Kolmogorov-Smirnov Z		,956
Asymp. Sig. (2-tailed)		,320

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.





MODEL 2

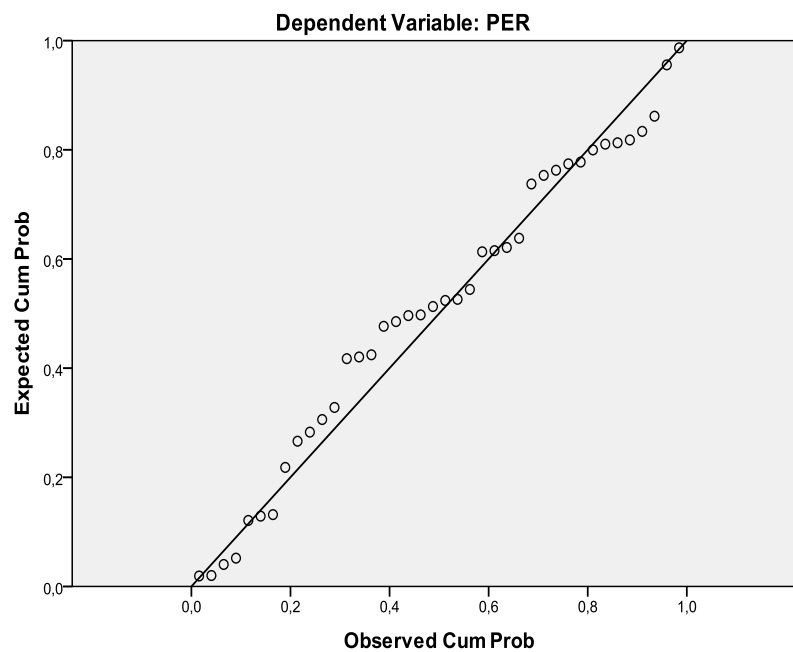
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

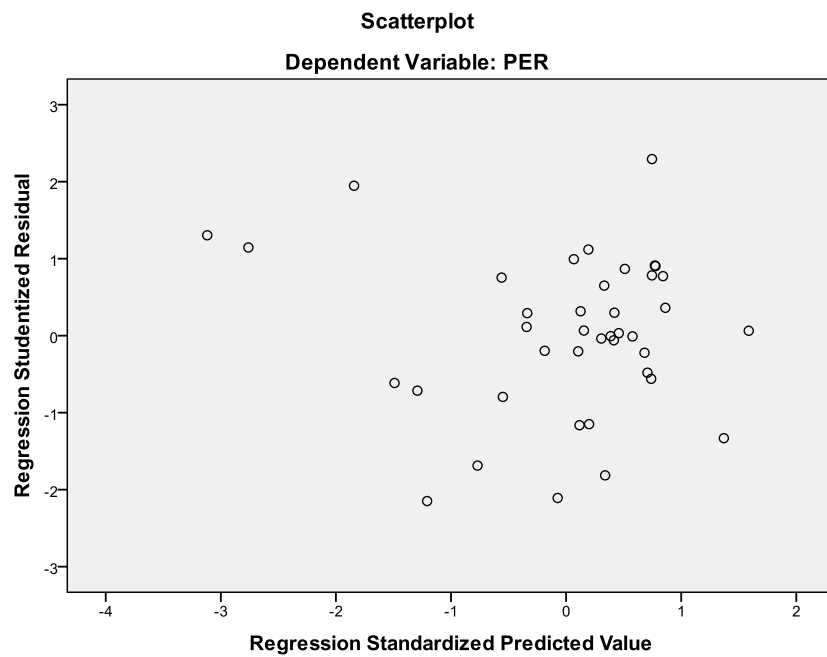
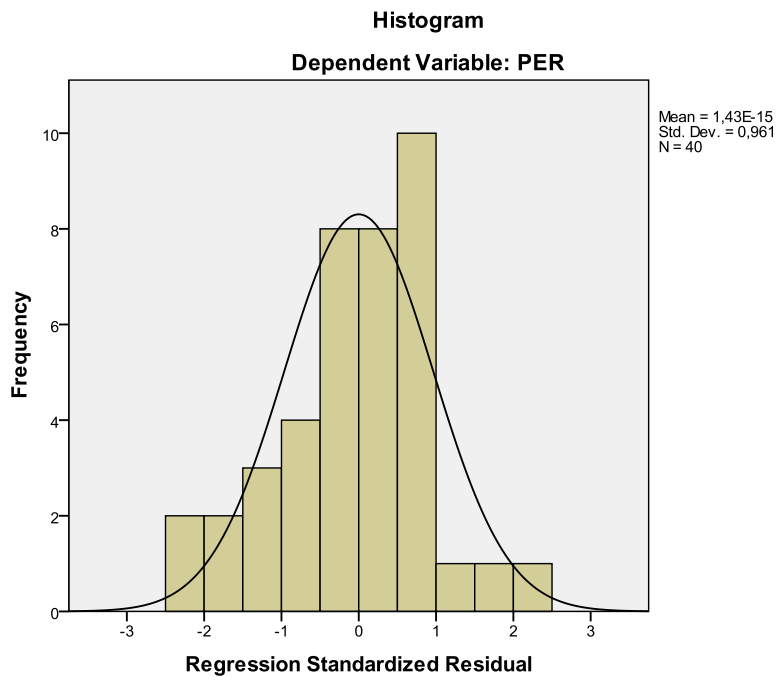
		MODEL 2
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,06656045
Most Extreme Differences	Absolute	,114
	Positive	,082
	Negative	-,114
Kolmogorov-Smirnov Z		,721
Asymp. Sig. (2-tailed)		,676

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual





MODEL 1

Variables Entered/Removed^b

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

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: PER

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,534 ^a	,285	,266	,127299	2,570

a. Predictors: (Constant), CSR

b. Dependent Variable: PER

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	,246	1	,246	15,166	,000 ^a
Residual	,616	38	,016		
Total	,862	39			

a. Predictors: (Constant), CSR

b. Dependent Variable: PER

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,706	,022		31,986	,000		
CSR	-,001	,000	-,534	-3,894	,000	1,000	1,000

a. Dependent Variable: PER

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	,25974	,70626	,67095	,079382	40
Std. Predicted Value	-5,180	,445	,000	1,000	40
Standard Error of Predicted Value	,020	,107	,024	,015	40
Adjusted Predicted Value	,14978	,70931	,66818	,094499	40
Residual	-,325755	,222314	,000000	,125657	40
Std. Residual	-2,559	1,746	,000	,987	40
Stud. Residual	-2,594	1,772	,008	1,005	40
Deleted Residual	-,334771	,228917	,002769	,131359	40
Stud. Deleted Residual	-2,822	1,826	-,004	1,037	40
Mahal. Distance	,000	26,833	,975	4,371	40
Cook's Distance	,000	,523	,027	,083	40
Centered Leverage Value	,000	,688	,025	,112	40

a. Dependent Variable: PER

MODEL 2

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	MODERAT1, CSR, ROA ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: PER

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,982 ^a	,964	,961	,05070	2,023

a. Predictors: (Constant), XZ, X, Z

b. Dependent Variable: Y

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	,689	3	,230	47,837	,000 ^a
Residual	,173	36	,005		
Total	,862	39			

a. Predictors: (Constant), MODERAT1, CSR, ROA

b. Dependent Variable: PER

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,723	,020		36,853	,000		
CSR	-,001	,000	-,432	-5,497	,000	,901	1,110
ROA	-7,940	,840	-3,106	-9,448	,000	,052	1,394
MODERAT1	11,124	1,160	3,179	9,592	,000	,051	19,714

a. Dependent Variable: PER

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	,25657	,88182	,67095	,132894	40
Std. Predicted Value	-3,118	1,587	,000	1,000	40
Standard Error of Predicted Value	,012	,059	,020	,009	40
Adjusted Predicted Value	,13203	,88134	,66752	,147744	40
Residual	-,143473	,153910	,000000	,066560	40
Std. Residual	-2,071	2,222	,000	,961	40
Stud. Residual	-2,148	2,293	,017	1,027	40
Deleted Residual	-,154401	,171967	,003425	,078726	40
Stud. Deleted Residual	-2,269	2,447	,014	1,058	40
Mahal. Distance	,111	27,269	2,925	4,854	40
Cook's Distance	,000	1,116	,058	,181	40
Centered Leverage Value	,003	,699	,075	,124	40

a. Dependent Variable: PER