

14 FEB  
2019

## LAPORAN PENELITIAN



### DAMPAK MODERASI PROFITABILITAS DAN *LEVERAGE* TERHADAP PENGARUH CSR PADA NILAI PERUSAHAAN DI INDONESIA

Oleh:


- |  |                      |             |
|--|----------------------|-------------|
| 1. Ida Nurhayati, SE., MSi.                  | 0617046802 / 6035719 | (Ketua)     |
| 2. Tjajtjaning Poerwati, SE., MSi., Ak., CA. | 0617017101 / 6664473 | (Anggota)   |
| 3. Andi Kartika, SE., Ak., CA.               | 0607027302 / 6100423 | (Anggota)   |
| 4. Ilham Iftakukhoiri                        | 17.05.52.0140        | (Mahasiswa) |
| 5. Luth Fiana Afifatiningsih                 | 17.05.52.0142        | (Mahasiswa) |

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS STIKUBANK (UNISBANK) SEMARANG  
JULI 2019

**HALAMAN PENGESAHAN  
LAPORAN PENELITIAN**

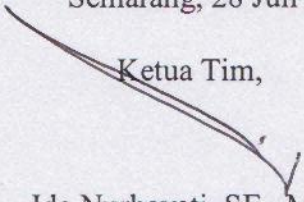
1. Judul Penelitian : Dampak Moderasi Profitabilitas dan *Leverage* Terhadap Pengaruh CSR Pada Nilai Perusahaan Di Indonesia
2. Jenis Penelitian : Ekonomi
3. a. Bidang Penelitian : *Social Science*  
b. Kelompok : *Economics*
4. a. Tujuan Sosial Ekonomi : *Economic Framework*  
b. Kelompok : *Socio Economic Development*
5. Ketua Pelaksana  
a. Nama Lengkap : Ida Nurhayati, SE., MSi / Id. 6035719  
b. Jenis Kelamin : Perempuan  
c. NIDN : 0617046802  
d. Disiplin Ilmu : Akuntansi  
e. Pangkat/Golongan : Penata / III D  
f. Jabatan Fungsional : Lektor  
g. Fakultas/Progd. : Ekonomika dan Bisnis/Akuntansi  
h. Alamat Kampus : Jl. Kendeng V Bendan Ngisor Semarang  
i. Telp./Fax./Email : 024 8414970/024 8441738/-  
j. Alamat Rumah : Wanara III/185 Semarang  
k. Telp./Fax./Email : 08164249388/ - /[idanurhayati@edu.unisbank.ac.id](mailto:idanurhayati@edu.unisbank.ac.id)
6. Jumlah Anggota : 2 Orang  
a. Nama Anggota I : Rr. Tjahtjaning Poerwati, SE., MSi., Ak., CA. / Id. 6  
b. Nama Anggota II : Andi Kartika, SE. MM., Ak., CA. / Id. 6100423  
c. Mahasiswa yang terlibat : 2 orang
7. Lokasi Penelitian : BEI
8. Jangka Waktu Penelitian : Mei s/d Oktober 2019
9. Jumlah Biaya yang diusulkan : Rp. 3.000.000,-

Mengetahui,  
Dekan FEB UniversitasStikubank

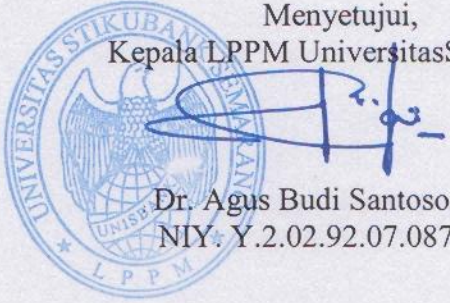
  
Dr. Euis Soliha, SE., MSi.  
NIP. 197103172005012001

Semarang, 28 Juli 2019

Ketua Tim,

  
Ida Nurhayati, SE., MSi.  
NIDN. 0617046802

Menyetujui,  
Kepala LPPM UniversitasStikubank

  
Dr. Agus Budi Santoso, MSi.  
NIP. Y.2.02.92.07.087

## ABSTRACT

*This study aims to test and analyze the effect of Corporate Social Responsibility on Corporate Values with Profitability and Leverage as Moderating Variables. This research was conducted on the Indonesia Stock Exchange using a unit of analysis of manufacturing companies. The sampling method uses purposive sampling with the research period from 2014 to 2017. The influence of corporate social responsibility towards company value with profitability and leverage as moderation variables are accepted using the method Moderated Regression Analysis (MRA). The results of this study indicate that corporate social responsibility doesn't effect the company value, but profitability and leverage can moderate the influence between CSR and company value.*

**Keywords:** *Corporate Social Responsibility, Company Value, Profitability and Leverage*

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur ke hadirat Allah SWT karena berkat dan rahmat Nya sehingga laporan penelitian dengan judul Dampak Moderasi Profitabilitas dan *Leverage* Terhadap Pengaruh CSR Pada Nilai Perusahaan Di Indonesia dapat terselesaikan.

Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih atas dukungan dan kesempatan yang diberikan kepada:

1. Rektor Universitas Stikubank Semarang
2. Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang
3. Ketua LPPM Universitas Stikubank Semarang
4. Semua pihak yang membantu terselesainya laporan ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Semoga penelitian ini dapat bermanfaat dan dapat menjadi bahan referensi bagi kalangan akademisi maupun mahasiswa.

Semarang, Juli 2019

Penulis,

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
ABSTRAK .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	v
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	6
<b>BAB II TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN</b>	
2.1. Tujuan Penelitian .....	7
2.2. Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB III TELAAH PUSTAKA</b>	
3.1. Teori Agensi .....	8
3.2. Teori Legitimasi .....	8
3.3. Teori Pensinyalan .....	9
3.4. Nilai Perusahaan .....	9
3.5. <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	10
3.6. Profitabilitas .....	13
3.7. Leverage .....	13
3.8. Penelitian Terdahulu .....	14
3.9. Kerangka Pemikiran .....	15
3.10. Perumusan Hipotesis .....	15
<b>BAB IV METODE PENELITIAN</b>	
4.1. Obyek Penelitian .....	18
4.2. Populasi Dan Sampel .....	18
4.3. Definisi Konsep, Operasional, Dan Pengukuran Variabel .....	18
4.4. Rancangan Analisis .....	21
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
5.1. Hasil Uji Normalitas .....	25
5.2. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	26
5.3. Uji Kelayakan Model .....	26
5.4. Pembahasan .....	27
<b>BAB VI PENUTUP</b>	
6.1. Simpulan .....	29
6.2. Saran .....	29
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
Surat Tugas Penelitian	
Personalia Peneliti	

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Perusahaan merupakan badan usaha yang berkedudukan di Indonesia dan melaksanakan kegiatan produksi untuk menghasilkan barang ataupun jasa. Perusahaan di Indonesia ada yang berorientasi pada laba, ada juga yang didirikan untuk kegiatan sosial. Tetapi, sebagian besar perusahaan mempunyai tujuan utama yaitu memperoleh keuntungan semaksimal mungkin. Menurut Putri (2014) tujuan lain dari didirikannya perusahaan yaitu untuk memaksimalkan nilai perusahaan yang tercermin pada harga sahamnya. Nilai perusahaan yaitu pandangan serta pemikiran investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan saat ini maupun di masa yang akan datang. Dengan memaksimalkan nilai perusahaan, secara otomatis perusahaan juga akan memaksimalkan kepuasan para pemegang sahamnya. Adanya kepuasan yang didapatkan dari para pemegang saham, mereka pastinya tidak akan ragu untuk menginvestasikan dananya ke perusahaan tersebut.

Dalam menjalankan operasionalnya, perusahaan juga harus seimbang untuk mensinergikan hubungan timbal balik antara perusahaan dengan *stakeholder*, diantaranya pelanggan; pegawai; komunitas; investor; pemasok; bahkan juga kompetitor. Menurut pendapat beberapa kelompok yang mendukung pelaksanaan CSR (*Corporate Social Responsibility*), tanggung jawab sosial manajer tidak sekedar menghasilkan laba, tetapi mereka juga memiliki kewajiban untuk melindungi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat dalam arti luas (Solihin, 2008: 35-36). Berkembangnya bisnis saat ini, juga meningkatkan kesadaran manajemen perusahaan bahwa mereka memiliki tanggung jawab lebih luas dimana masyarakat secara luas turut membentuk hukum dan undang-undang yang mengatur perilaku bisnis perusahaan, serta masyarakatlah yang mendukung keberadaan perusahaan dengan menjadi pembeli barang dan jasa yang dihasilkan. Pelaksanaan CSR yang dilaksanakan perusahaan yaitu terkait lingkungan hidup; ketenagakerjaan; sosial dan masyarakat; serta konsumen.

Perusahaan seringkali hanya terfokus untuk memaksimalkan laba tanpa memperhatikan bahkan merusak dan mencemari lingkungan sekitarnya. Salah satu sektor industri yang banyak memberikan pengaruh atau dampak buruk terhadap lingkungan akibat dari aktivitasnya yaitu perusahaan sektor manufaktur. Perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang kegiatan utamanya mengolah sumber daya menjadi barang jadi yang siap konsumsi dengan melalui proses pabrikasi, Dewanggono (2011).

Kasus nyata yang terjadi di Indonesia terjadi pada perusahaan bubur kertas yaitu PT Indah Kiat Pulp and Paper (IKPP) yang beroperasi di Kabupaten Siak, Pekanbaru, Riau. PT IKPP diduga mencemarkan udara dan air akibat bahan kimia berbahaya. Warga mengatakan bahwa limbah kimia dari pabrik yang di buang ke aliran sungai mengandung bahan klorin (penghancur kertas) yang sangat berbahaya. Tidak hanya itu saja, PT IKPP menggunakan batu bara sebagai bahan bakar pembangkit listrik yang semakin mambah pencemaran udara (Jurnas.com). PT IKPP Kabupaten Siak juga melakukan penambahan tenaga asing yang sangat meresahkan karyawan. Hal ini terkait kebijakan PHK yang tidak sesuai dengan peraturan perusahaan maupun pemerintah, karena diduga adanya penekanan untuk mencari-cari kesalahan buruh atau pegawai yang berasal dari dalam negeri. Dilihat dari kasus ini, saat industri sudah semakin berkembang, industri tersebut cenderung semakin agresif dan tidak memperhatikan lingkungan sekitarnya. Perusahaan seharusnya berkontribusi dalam peningkatan ekonomi; peningkatan kualitas hidup pekerja; komunitas lokal serta melaksanakan tanggung jawab sosial terhadap lingkungannya. Tanggung jawab sosial itu sering disebut dengan *Corporate Social Responsibility*.

Substansi keberadaan CSR yaitu memperkuat keberlanjutan perusahaan dengan jalan membangun kerjasama antar *stakeholder* yang difasilitasi perusahaan tersebut dengan menyusun program-program pengembangan masyarakat di sekitarnya, Harmoni dan Andriyani (2008). Banyaknya perusahaan yang belum peduli akan tanggung jawab sosialnya dan semakin maraknya isu mengenai CSR, Pemerintah mengeluarkan Peraturan RI No. 47 Tahun 2012 mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Dalam peraturan tersebut, perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang yang berkaitan dengan sumber daya alam berdasarkan Undang-Undang harus melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Selain itu, perusahaan juga harus menyusun rencana kegiatan dan anggaran yang dibutuhkan untuk pelaksanaan tanggung jawab sosial.

Salah satu perusahaan yang telah menerapkan CSR yaitu PT Unilever. PT Unilever memfokuskan kegiatan CSR dengan mendirikan Yayasan Unilever Indonesia (YUI). YUI mempunyai empat program utama yaitu: (1) Memberikan pengetahuan dan mempromosikan gaya hidup sehat melalui kader kesehatan yang dibentuk di masyarakat, (2) Pemberian bantuan kemanusiaan pasca bencana alam, (3) Melakukan kerjasama dengan Universitas untuk melibatkan petani dalam memproduksi kedelai hitam yang berkualitas, (4) Memecahkan masalah lingkungan terutama masalah sampah. Bagi Unilever, CSR merupakan investasi yang harus didasari komitmen tinggi. Program-

program CSR juga dilakukan secara berkelanjutan. Keberhasilan program-program ini, diyakini dapat meningkatkan citra produk Unilever dan perusahaan secara keseluruhan, serta dapat mewujudkan tujuan PT Unilever Indonesia Tbk yaitu tumbuh bersama masyarakat dan lingkungan dalam kehidupan yang berkelanjutan. Selain itu, PT Unilever juga melakukan pengungkapan laporan CSR yang bisa di lihat melalui *official websitenya* yaitu [www.unilever.co.id](http://www.unilever.co.id).

Selain pelaksanaan, CSR juga perlu diungkapkan. Pengungkapan CSR digunakan sebagai media komunikasi tidak langsung untuk mengkomunikasikan strategi, pencapaian, dan tantangan yang dihadapi oleh perusahaan dalam mengelola keberlanjutannya kepada para *stakeholder*. Pengungkapan ini secara umumnya mencakup pengungkapan atas kegiatan sosial yang dilakukan perusahaan dengan mengedepankan transparansi dimana tidak hanya laporan keuangan saja tetapi juga informasi yang berkaitan dengan dampak yang ditimbulkan dari operasional perusahaan terhadap sosial dan lingkungannya, Handriyani (2013). Laporan ini juga memaparkan pencapaian program dan target yang belum tercapai. Dengan adanya laporan ini, *stakeholder* bisa melihat komitmen maupun keberlangsungan hidup perusahaan di masa yang akan datang. Dalam standar akuntansi, aturan mengenai pengungkapan penerapan tanggung jawab sosial perusahaan belum diatur sebagai sesuatu yang wajib.

Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) Nomor 1 (revisi 2017) paragraf empat belas menyatakan sebagai berikut:

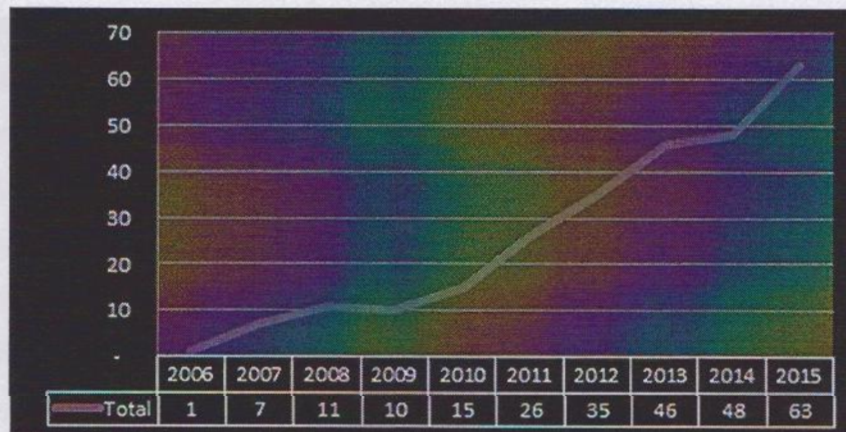
“Beberapa entitas juga menyajikan, dari laporan keuangan, laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah, khususnya bagi industri dimana faktor lingkungan hidup adalah signifikan dan ketika karyawan dianggap sebagai kelompok pengguna laporan keuangan yang memegang peranan penting. Laporan yang disajikan di luar laporan keuangan tersebut adalah diluar dari ruang lingkup SAK”.

Pernyataan di atas menjelaskan bahwa PSAK belum mewajibkan perusahaan untuk melakukan dan mengungkapkan tanggung jawab sosialnya, sehingga pelaporan tanggung jawab sosial masih bersifat sukarela dan bentuk pengungkapannya diserahkan kepada masing-masing perusahaan yang bersangkutan.

Guna meningkatkan kesadaran dunia usaha akan arti penting laporan keberlanjutan perusahaan di Indonesia, Lembaga *National Center for Sustainability Reporting* (NCSR) memberikan penghargaan tahunan kepada perusahaan-perusahaan yang mengembangkan laporan keberlanjutan atau disebut juga Laporan CSR. Penghargaan tersebut di kemas dengan konsep bergengsi yaitu *Indonesia Sustainability Reporting Award* (ISRA). Dengan



diadakkannya acara ini, Pemerintah Indonesia berharap perusahaan dapat membangun dan mengembangkan bisnis bersama pemangku kepentingan ([www.beritasatu.com](http://www.beritasatu.com)).



Sumber: *Global Reporting Initiative*

**Gambar 1**  
**Grafik Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

Dilihat dari grafik di atas, pelaporan keberlanjutan menunjukkan tren positif dimana setiap tahun jumlah perusahaan yang membuat laporan semakin bertambah. Menurut data dari *Global Reporting Initiative* (GRI) dibandingkan dengan Negara Asia Tenggara lainnya, Indonesia berada di urutan ke dua setelah Thailand dalam melakukan pembuatan *Sustainability Report* dan *disclosure* ke GRI. Pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan dinilai sangatlah besar. Pengungkapan CSR dapat digunakan investor sebagai penilaian terhadap kelangsungan hidup perusahaan di masa mendatang. Tidak hanya itu, apabila suatu perusahaan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial secara berkesinambungan, maka pasar akan dapat memberikan apresiasi positif yang akan diperlihatkan dengan kenaikan harga saham dan juga menyebabkan meningkatnya nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, dikarenakan dapat menunjukkan kemakmuran pemegang saham yang tinggi pula. Banyak penelitian menunjukkan ketidakkonsistenan mengenai pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Murnita dan Putra (2018) menghasilkan kesimpulan bahwa CSR berpengaruh positif pada nilai perusahaan. Hasil yang sama juga ditunjukkan oleh penelitian Rosiana, dkk (2013) dan Wulandari, dkk (2016) yang menunjukkan bahwa CSR mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan Putri (2014); Syahrudin (2015); dan Setianingrum (2015) yang memiliki hasil bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai

perusahaan. Hal ini disebabkan karena investor lebih merespon hal-hal yang sifatnya nyata dan memberikan hasil keuangan dalam jangka pendek. Ketidakkonsistenan penelitian ini dapat disebabkan oleh adanya faktor-faktor lain yang dapat berpengaruh terhadap CSR dengan nilai perusahaan. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhinya yaitu Profitabilitas.

Banyak perusahaan yang menilai kinerjanya melalui rasio profitabilitasnya. Menurut Ardyansah (2014), profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari aktivitas bisnisnya. Profitabilitas juga menjadi alat ukur kinerja manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang dilihat dari laba perusahaan. Semakin banyak laba yang didapatkan, maka semakin besar kemampuan perusahaan dalam menginvestasikan sebagian labanya melalui pelaksanaan CSR. Profitabilitas perusahaan juga merupakan salah satu hal yang mendukung perusahaan dalam pengungkapan tanggung jawab sosialnya. Semakin banyak aktivitas CSR yang diungkapkan, maka nilai perusahaan juga akan meningkat terutama pada perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi.

Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas dapat memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Rosiana, dkk (2013); Wulandari, dkk (2016); serta penelitian Murnita dan Putra (2018) yang hasilnya adalah profitabilitas sebagai moderasi berpengaruh positif yang berarti bahwa peningkatan profitabilitas akan cenderung memperkuat pengaruh pengungkapan CSR perusahaan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri (2014) dan Saedah (2015) dimana profitabilitas tidak mampu memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan serta penelitian yang dilakukan oleh Susanti, dkk (2012) yang berdasarkan penelitiannya CSR tidak bisa memperkuat ataupun memperlemah pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Menurut penelitian tersebut, perusahaan tidak selalu mempertimbangkan biaya yang terkait dengan tanggung jawab sosial saat profitabilitas meningkat atau ketika perusahaan memperoleh laba.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi CSR terhadap nilai perusahaan yaitu *leverage*. Opler dan Titman, 1994 (dalam Fikriyah, 2013) telah membuktikan adanya kinerja yang buruk pada perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang tinggi dibandingkan kinerja pada perusahaan yang tingkat *leveragenya* lebih rendah. *Leverage* mencerminkan seberapa besar perusahaan dalam pembiayaan operasional perusahaannya bergantung pada kreditur atau berhutang. Semakin tinggi rasio *leverage* suatu perusahaan,

maka perusahaan lebih memilih untuk mengurangi biaya-biaya yang digunakan untuk melaksanakan tanggung jawab sosialnya dan menggunakannya untuk membayar aktivitas operasional atau kewajiban lainnya. Perusahaan dengan *leverage* rendah, juga tidak bisa berkomitmen untuk melaksanakan program atau kegiatan sosialnya dan tidak bisa memberikan jaminan atas keberlangsungan usahanya di masa mendatang. Perusahaan dianggap mengurangi biaya untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial. Hal ini akan menyebabkan terjadinya penurunan nilai perusahaan di mata investor dan menjadikannya ragu untuk menanamkan dananya dan pada perusahaan tersebut. Dapat disimpulkan jika *leverage* yang tinggi akan menurunkan atau memperlemah pengungkapan CSR yang berakibat turunnya nilai perusahaan.

Terdapat penelitian terdahulu yang mendukung konsep tersebut, salah satunya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Murnita dan Putra (2018) dimana hasilnya adalah *leverage* mampu memperlemah pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Namun, penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Susanti, dkk (2012) dan Mandasari, dkk (2013) yang memiliki hasil bahwa *leverage* bukan variabel moderasi yang dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan, dikarenakan perusahaan menggunakan dana selain dana yang sudah di anggarkan untuk melakukan CSR.

Berdasarkan adanya fenomena dan *gap* atau ketidakkonsistenan antar peneliti, maka penelitian ini dirasa perlu dilakukan untuk melihat sejauh mana CSR mampu mempengaruhi pandangan *stakeholder* tentang nilai perusahaan serta menguji kembali seberapa besar pengaruh profitabilitas dan *leverage* dalam moderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui seberapa tinggi kesadaran perusahaan untuk melakukan dan mengungkapkan laporan tanggung jawab sosialnya.

## 1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan fenomena dan *gap research* yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan?
2. Apakah Profitabilitas dapat memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan?
3. Apakah *Leverage* dapat memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan?

maka perusahaan lebih memilih untuk mengurangi biaya-biaya yang digunakan untuk melaksanakan tanggung jawab sosialnya dan menggunakannya untuk membayar aktivitas operasional atau kewajiban lainnya. Perusahaan dengan *leverage* rendah, juga tidak bisa berkomitmen untuk melaksanakan program atau kegiatan sosialnya dan tidak bisa memberikan jaminan atas keberlangsungan usahanya di masa mendatang. Perusahaan dianggap mengurangi biaya untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial. Hal ini akan menyebabkan terjadinya penurunan nilai perusahaan di mata investor dan menjadikannya ragu untuk menanamkan dananya dan pada perusahaan tersebut. Dapat disimpulkan jika *leverage* yang tinggi akan menurunkan atau memperlemah pengungkapan CSR yang berakibat turunnya nilai perusahaan.

Terdapat penelitian terdahulu yang mendukung konsep tersebut, salah satunya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Murnita dan Putra (2018) dimana hasilnya adalah *leverage* mampu memperlemah pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Namun, penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Susanti, dkk (2012) dan Mandasari, dkk (2013) yang memiliki hasil bahwa *leverage* bukan variabel moderasi yang dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan, dikarenakan perusahaan menggunakan dana selain dana yang sudah di anggarkan untuk melakukan CSR.

Berdasarkan adanya fenomena dan *gap* atau ketidakkonsistenan antar peneliti, maka penelitian ini dirasa perlu dilakukan untuk melihat sejauh mana CSR mampu mempengaruhi pandangan *stakeholder* tentang nilai perusahaan serta menguji kembali seberapa besar pengaruh profitabilitas dan *leverage* dalam moderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui seberapa tinggi kesadaran perusahaan untuk melakukan dan mengungkapkan laporan tanggung jawab sosialnya.

## 1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan fenomena dan *gap research* yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan?
2. Apakah Profitabilitas dapat memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan?
3. Apakah *Leverage* dapat memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan?

## BAB II TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

### 2.1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini secara umumnya adalah untuk menguji kembali adanya *gap* atau ketidakkonsistenan antar peneliti sebelumnya. Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menguji dan menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan.
2. Menguji dan menganalisis apakah profitabilitas mampu memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan.
3. Menguji dan menganalisis apakah *Leverage* dapat memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

### 2.2. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Manfaat Teoritis

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi bagi penelitian yang akan datang serta dapat memberikan bukti empiris mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi oleh profitabilitas dan *leverage*.

#### 2. Manfaat Manajerial

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan masukan perusahaan untuk lebih meningkatkan tanggung jawab sosialnya dan melakukan pengungkapan *sustainability report* sebagai komunikasi secara tidak langsung kepada para *stakeholder*.

#### 3. Manfaat Kebijakan

Bagi lembaga pemerintahan, diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk mengevaluasi antara peraturan yang telah dibuat dengan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* oleh perusahaan.

## BAB III KAJIAN PUSTAKA

### 3.1. Teori Agensi (*Agency Theory*)

*Agency theory* menjelaskan tentang *agency relationship* dan masalah-masalah yang ditimbulkannya (*agency problem*). Dalam *agency theory*, pihak yang disebut sebagai prinsipal adalah para investor dan pemegang saham, sedangkan manajemen perusahaan merupakan pihak yang disebut dengan agen. Prinsipal adalah pihak yang memberikan amanat dan agen berperan sebagai perantara yang mewakili prinsipal dalam transaksi dengan pihak ketiga. Teori keagenan, menjelaskan bahwa kepentingan manajemen dan pemegang saham seringkali bertentangan, keputusan untuk membagikan dividen tunai kepada para pemegang saham ataupun menahan keuntungan sebagai *retained earning* untuk sumber pendanaan internal aktivitas operasi dan investasi perusahaan cenderung menimbulkan konflik diantara kedua belah pihak. Pemegang saham memiliki ekspektasi akan dividen tunai sebagai imbalan dari investasi yang mereka tanamkan, sedangkan manajemen melihat laba ditahan sebagai kesempatan untuk memperbesar nilai perusahaan melalui peningkatan operasi atau pun melakukan investasi. Perbedaan kepentingan ini dapat diminimalisir dengan mekanisme pengawasan dengan tujuan menyejajarkan prioritas kepentingan – kepentingan kedua belah pihak, namun mekanisme pengawasan akan menimbulkan *agency cost* yang akan menjadi beban bagi perusahaan. Mariah (2012).

### 3.2. Teori Legitimasi

Legitimasi sendiri mempunyai arti seberapa jauh masyarakat mau menerima dan mengakui sesuatu. Jika dikaitkan dengan perusahaan, teori ini secara singkat menjelaskan mengenai kontrak sosial antara perusahaan dengan masyarakat. Perusahaan yang berdiri dan beroperasi dalam suatu daerah tertentu, harus mematuhi dan menjalankan peraturan serta norma yang berlaku di masyarakat. Perusahaan dapat meyakinkan masyarakat dengan melakukan dan menerbitkan laporan tanggung jawab sosial yang berisikan mengenai uraian aktivitas tanggung jawab sosial serta banyaknya dana perusahaan yang dikeluarkan untuk melakukan tanggung jawab sosialnya. Perusahaan juga dapat memperkuat legitimasinya dengan mencantumkan penghargaan-penghargaan yang didapatkannya mengenai lingkungan hidup. Dengan meningkatnya kepercayaan dan diterimanya perusahaan di masyarakat, maka akan mendorong investor untuk berinvestasi sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

### 3.3. Teori Pernalan (*Signaling Theory*)

Menurut Brigham dan Houston (2011: 186) teori sinyal adalah sebuah tindakan yang diambil oleh manajemen perusahaan yang memberikan petunjuk kepada investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Teori ini memiliki arti bahwa perusahaan dituntut untuk dapat memberikan informasi kepada pihak eksternal sehingga dapat mempengaruhi nilai perusahaan yang tercermin dari perubahan harga saham perusahaan karena pasar akan merespon informasi tersebut sebagai sebuah sinyal, Murnita dan Putra (2018). Informasi perusahaan mengenai keuangan maupun non keuangan harus diungkapkan secara terbuka dan transparan kepada publik. Salah satu informasi non-keuangan perusahaan yaitu laporan mengenai aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan.

Adanya laporan pengungkapan CSR, maka pihak eksternal bisa melihat prospek perusahaan ke depannya karena informasi CSR merupakan salah satu unsur yang sangat penting dalam pengambilan keputusan investor maupun para pelaku bisnis. Jika perusahaan memberikan sinyal positif kepada *stakeholder*, maka perusahaan dianggap mempunyai prospek yang baik di masa mendatang. Luas pelaksanaan dan pengungkapan CSR juga dipengaruhi oleh laba perusahaan. Dikarenakan jika laba perusahaan tinggi, perusahaan lebih banyak dan maksimal dalam melakukan serta mengungkapkan CSR. Tetapi sebaliknya, jika laba yang didapatkan perusahaan rendah dan perusahaan lebih memilih menaikkan labanya dengan cara berhutang (rasio *laveragenya* tinggi) maka perusahaan akan lebih sedikit melakukan tanggung jawab sosialnya. Hal ini akan menurunkan citra perusahaan di mata investor.

### 3.4. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah nilai yang berhasil diraih oleh perusahaan atas prestasinya untuk memberikan pelayanan dan pemenuhan kepuasan yang lebih terhadap masyarakat. Nilai perusahaan yang tinggi merupakan prestasi tersendiri bagi perusahaan, karena perusahaan tersebut dianggap mendapatkan kepercayaan penuh dari masyarakat terutama kepercayaan dari investor untuk memutuskan melakukan investasi di perusahaan tersebut. Nilai perusahaan juga sering disebut sebagai nilai pasar atau nilai saham perusahaan di pasaran. Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kemakmuran para *shareholder* maupun *stakeholdernya*. Hal ini dikarenakan apabila harga saham perusahaan mengalami peningkatan maka perusahaan dianggap berhasil dalam menjalankan aktivitas

bisnisnya dan mampu memberikan kepuasan dan keuntungan yang maksimal kepada para *shareholder*.

### 3.5. Corporate Social Responsibility

*Corporate Social Responsibility* merupakan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap para *stakeholdernya*. Perusahaan harus bisa bertanggung jawab terhadap dampak yang berasal dari kegiatan operasionalnya. Komite perusahaan diperlukan untuk secara berkelanjutan berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi dengan meningkatkan kualitas kehidupan kerja karyawan dan bertanggung jawab secara sosial terhadap komunitas dan masyarakat lokal. Menurut Rosiana, dkk (2013) CSR merupakan suatu bentuk aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan ekonomi perusahaan sekaligus peningkatan kualitas hidup karyawan beserta keluarganya dan juga kualitas hidup masyarakat sekitar.

Jika membahas mengenai CSR, tidak lepas dari konsep *Triple Bottom Line* (TBL). Konsep ini menguraikan bahwa perusahaan harus lebih mengutamakan kepentingan *stakeholder* (pihak-pihak yang terkena dampak dari kegiatan operasional suatu perusahaan) daripada kepentingan *shareholder* (pemegang saham atau investor yang berpengaruh terhadap finansial maupun pendanaan perusahaan). TBL terdiri dari *People, Planet, dan Profit*. Lebih detailnya akan diuraikan sebagai berikut:

1. *People*, menekankan pada pentingnya praktek ketenagakerjaan atau karyawan yang mendukung bergeraknya roda perusahaan. Lebih spesifiknya, perusahaan harus melindungi kepentingan tenaga kerja, seperti tidak melakukan diskriminasi terhadap karyawan laki-laki ataupun perempuan; menjamin kesehatan dan keselamatan tenaga kerja (dengan mengikutkan karyawan pada program asuransi sosial yang dilaksanakan oleh Badan Penyelenggaran Jaminan Sosial); tidak mempekerjakan anak di bawah umur; tidak melakukan eksploitasi berlebihan terhadap jam karyawan; memberikan pelatihan secara rutin kepada karyawan agar karyawan dapat mengembangkan kemampuannya; serta memberikan kebebasan karyawan untuk berpendapat, berkumpul, dan berserikat.
2. *Planet*, menekankan bahwa berdirinya perusahaan harus memperhatikan pengelolaan lingkungannya terutama untuk penggunaan atau konsumsi energi atas sumber daya alam yang tidak dapat diperbaharui. Misalnya: perusahaan menggunakan bahan baku yang ramah lingkungan dan dapat diperbaharui; mengelola limbah buangan agar tidak mencemari dan merusak lingkungan; mengurangi pemakaian mesin, bahan bakar, atau peralatan kantor yang



menyebabkan efek rumah kaca; dan selalu melakukan Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL).

3. *Profit*, unsur terpenting yang menjadi tujuan didirikannya perusahaan. Keuntungan merupakan salah satu unsur yang mendukung bergeraknya suatu perusahaan. Dengan keuntungan yang didapatkan perusahaan, maka perusahaan dapat membayar utang ke pemasok maupun ke kreditur, membayar gaji karyawan, dan yang paling penting adalah perusahaan dapat melaksanakan tanggung jawab sosialnya.

Kegiatan CSR ini harus dilakukan secara berkelanjutan, sehingga tidak semata-mata menyisihkan biaya untuk perbaikan sesaat. Namun ada keberlanjutan dari tindakan untuk secara terus menerus ikut serta dalam perbaikan lingkungan dan perbaikan kesejahteraan para *stakeholder*. Menurut Kotler dan Lee (2006) dalam Solihin (2008: 131), menyebutkan enam kategori program CSR. Pemilihan program alternative CSR yang akan dilaksanakan oleh perusahaan tergantung kepada tujuan pelaksanaan CSR yang ingin dicapai perusahaan. Aktivitas-aktivitas yang berkaitan dengan *Corporate Social Responsibility* dapat dikelompokkan dalam 6 kegiatan, yaitu:

1. *Cause Promotion*, merupakan aktivitas sosial yang dilakukan melalui *persuasive communications* dalam rangka meningkatkan perhatian dan kepedulian terhadap hal-hal yang berkaitan dengan isu sosial yang sedang berkembang. Tujuan kegiatan ini untuk menciptakan kesadaran dan perhatian masyarakat terhadap suatu masalah dengan membujuk orang untuk menyumbangkan uangnya melalui pelaksanaan program sosial perusahaan.
2. *Cause Related Marketing*, dilakukan melalui *commitmen* perusahaan untuk menyumbangkan sebesar presentase tertentu hasil penjualannya untuk kegiatan sosial.
3. *Corporate Social Marketing*, dilakukan dengan cara mendukung atau pengembangan kampanye untuk mengubah kebiasaan dan perilaku masyarakat dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kesehatan masyarakat.
4. *Corporate Phillantropy*, merujuk pada kegiatan yang diberikan secara langsung. Biasanya berbentuk sumbangan dalam bentuk pemberian uang secara tunai; bingkisan atau paket bantuan; pelayanan secara cuma-cuma.
5. *Community Vounteering* (Pekerja sukarela kemasyarakatan secara sukarela), perusahaan mendukung dan mendorong para karyawan; rekan pedagang eceran atau para pemegang *franchise* agar menyisihkan waktu secara sukarela guna membantu

organisasi-organisasi masyarakat lokal maupun masyarakat yang menjadi sasaran program.

6. *Socially Responsible Business Practice* (Praktik bisnis yang memiliki tanggung jawab sosial), merupakan kegiatan penyesuaian dan pelaksanaan praktik-praktik operasional usaha dan investasi yang mendukung peningkatan kesejahteraan hidup masyarakat dan melindungi atau menjaga lingkungan. Misalnya: membangun fasilitas pengolahan limbah; memilih supplier atau kemasan yang ramah lingkungan, dll.

Dari ke enam kegiatan di atas, perusahaan diperbolehkan untuk memilih beberapa ataupun seluruh strategi pelaksanaan tanggung jawab sosialnya. Pemilihan kegiatan tanggung jawab sosial tentunya tidak lepas dari keputusan yang telah dirundingkan sebelumnya dari pihak manajemen perusahaan. Pelaksanaan tanggung jawab sosial tentunya juga dilaksanakan sesuai dengan biaya yang telah dipersiapkan oleh perusahaan, baik itu dana yang sudah dicadangkan sebelumnya ataupun dari sebagian presentase laba perusahaan dalam satu periode.

Komitmen perusahaan untuk selalu melaksanakan, menyajikan, dan mengungkapkan informasi CSR dapat memberikan manfaat bagi perusahaan, yaitu :

1. Meningkatnya image maupun citra perusahaan di mata para *shareholder* maupun *stakeholder*.
2. Meningkatnya akuntabilitas dan integritas perusahaan, dengan asumsi bahwa terdapat kontrak sosial antara organisasi dengan masyarakat.
3. Menurunnya gejolak sosial dan resistensi komunitas sekitar mengenai kegiatan bisnis perusahaan, karena perusahaan memberikan informasi mengenai program apa saja yang telah dilaksanakan; biayanya; strategi apa yang dilakukan; serta program CSR yang akan dilakukan di periode mendatang. Dimana program-program itu dilakukan perusahaan sebagai bentuk tanggung jawabnya terhadap lingkungan ekonomi dan sosialnya. Dengan pengungkapan ini para *stakeholder* merasa diperhatikan dan dihargai oleh perusahaan.
4. Dengan adanya laporan keberlanjutan, *stakeholder* akan mengetahui program-program CSR apa saja yang akan dilaksanakan perusahaan di masa mendatang, sehingga *stakeholder* bisa ikut berpartisipasi dalam mensukseskan kelancaran program CSR tersebut.

Uraian dari manfaat CSR point pertama, sangatlah jelas jika perusahaan yang menyisihkan danyanya untuk melakukan kegiatan tanggung jawab sosial dan

mengungkapkannya pada *Annual Report* atau laporan tahunan perusahaan, maka investor akan melihat kegiatan tersebut sebagai suatu hal yang positif. Investor juga beranggapan bahwa semakin tinggi citra perusahaan di mata masyarakat, maka daya beli masyarakat akan tinggi begitupun nilai perusahaannya. Hal tersebut akan berdampak pada meningkatnya keuntungan perusahaan dan pemaksimalan kemakmuran para pemegang saham.

### 3.6. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan ringkasan hasil bersih aktivitas operasi usaha dalam periode tertentu yang dinyatakan dalam istilah keuangan (Subramanyam dan Wild, 2016: 109). Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Laba merupakan informasi yang paling diminati oleh investor. Dalam kegiatannya, manajemen pasti sudah mempunyai target laba yang telah ditetapkan. Profitabilitas bisa diperoleh perusahaan dengan menjual barang atau jasa yang diproduksinya; pemanfaatan aset yang dimiliki; serta investasi dan ekspansi. Dengan profitabilitas yang tinggi, *shareholder* dan *stakeholder* berharap perusahaan akan memberikan manfaat yang tinggi dari profitabilitas yang didapatkan perusahaan.

*Shareholder* berharap dengan tingginya profitabilitas perusahaan akan meningkatkan kemakmuran pemegang saham. Sedangkan dengan tingginya laba perusahaan, para *stakeholder* seperti pemerintah akan berharap pajak yang dibayarkan perusahaan akan semakin tinggi sehingga bisa digunakan untuk memakmurkan masyarakat secara luas. Selain itu, perusahaan bisa menggunakan labanya untuk lebih banyak melakukan tanggung jawab sosialnya. Semakin sering perusahaan melakukan kegiatan sosialnya, semakin tinggi kepercayaan masyarakat akan kegiatan perusahaan tersebut. Hal ini akan meningkatkan nilai perusahaan di mata masyarakat maupun investor.

### 3.7. Leverage

*Leverage* yaitu penggunaan dana operasional perusahaan yang berasal dari peminjaman pihak kreditur (pihak eksternal). Salah satu alasan perusahaan lebih memilih berhutang karena akan mengurangi kewajiban pajak sehingga laba operasionalnya semakin tinggi yang berdampak positif bagi investor perusahaan. Menurut Brigham dan Houston (2013: 140), *leverage* akan memberikan tiga dampak penting yaitu: (1) Menghimpun dana melalui utang, pemegang saham dapat mengendalikan perusahaan

dengan jumlah investasi ekuitas yang terbatas, (2) Kreditor melihat ekuitas atau dana yang diberikan oleh pemilik sebagai batas pengaman. Jadi, semakin tinggi proporsi total modal yang diberikan oleh pemegang saham maka semakin kecil risiko yang dihadapi oleh kreditor, (3) Jika hasil yang diperoleh dari aset perusahaan lebih tinggi daripada tingkat bunga yang dibayarkan, maka memperbesar pengembalian atas ekuitas

Perusahaan dengan *leverage* yang tinggi juga bisa memberikan dampak negative salah satunya yaitu perusahaan akan terfokus untuk menggunakan dana atau keuntungan yang dihasilkan untuk membayar hutang daripada menggunakan dana untuk kemakmuran *stakeholder*, seperti: tidak menaikkan gaji karyawan; tidak melakukan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat sekitar; dan tidak berpartisipasi dalam program pemerintah yang bertujuan untuk sosial kemasyarakatan. Jika perusahaan mengabaikan pembayaran hutang, risiko terbesarnya yaitu perusahaan akan pailit dan gulung tikar. Dengan tingkat hutang yang tinggi, investor nantinya akan meragukan keberlangsungan dari perusahaan tersebut. Hal ini menjadi salah satu penyebab turunnya nilai perusahaan.

### 3.8. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Murnita dan Putra (2018) meneliti Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan *Leverage* sebagai Variabel Pemoderasi. Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama kurun waktu 2014-2016. Teknik analisis data yang dipergunakan adalah Regresi Linier Sederhana dan *Moderated Regression Analysis* (MRA) untuk menguji hipotesisnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, serta profitabilitas sebagai variabel moderasi mampu memperkuat hubungan CSR dengan nilai perusahaan. Sedangkan untuk *leverage* mampu memoderasi dengan memperlemah hubungan CSR dengan nilai perusahaan.

Putri (2014) menguji Peran Profitabilitas Sebagai Moderating Variabel dari Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan. Penelitian ini difokuskan pada perusahaan manufaktur yang telah terdaftar di BEI pada tahun 2010-2012. Penelitian ini menggunakan analisis regresi dan analisis statistik. Dari penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan profitabilitas sebagai variabel moderasi tidak dapat berpengaruh baik itu memperkuat ataupun memperlemah CSR terhadap nilai perusahaan.

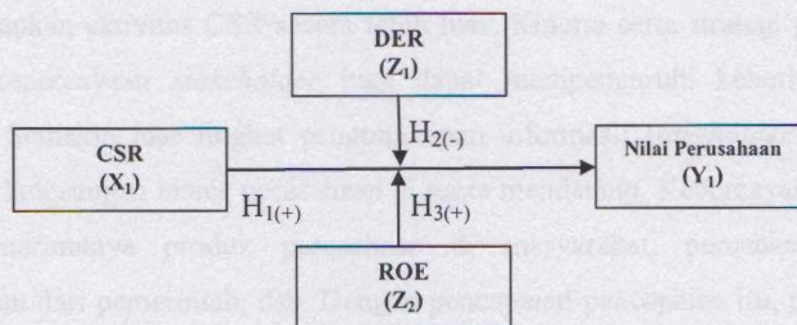
Setianingrum (2015), melakukan riset terhadap Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi pada perusahaan manufaktur yang listing BEI tahun 2011-2013 dengan menggunakan analisis data dengan regresi linier berganda. Dari riset tersebut didapatkan kesimpulan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas sebagai variabel moderasi ternyata mampu memoderasi (memperkuat) hubungan CSR dengan nilai perusahaan.

Susanti, dkk (2012) melakukan penelitian yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas dan leverage sebagai variabel moderasi ternyata tidak dapat memoderasi (memperkuat maupun memperlemah) hubungan CSR dan nilai perusahaan.

Rosiana, dkk (2013) menganalisis Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi. Penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2008-2012. Teknik yang digunakan untuk menguji hipotesis yaitu teknik regresi linier berganda dan *Moderated Regression Analysis* (MRA). Hasilnya yaitu pengungkapan CSR dapat berpengaruh secara positif terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas mampu memperkuat pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.

### 3.9. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini disajikan dalam gambar sebagai berikut:



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

### 3.10. Perumusan Hipotesis

#### Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Teori *stakeholder* menuntut perusahaan untuk memberikan manfaat kepada pihak eksternal. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan yaitu dengan melaksanakan tanggung jawab sosialnya. Tanggung jawab sosial merupakan salah satu peraturan dan kontrak yang harus dipatuhi oleh perusahaan. Kontrak tersebut dibuat oleh

perusahaan bersama dengan masyarakat sebelum perusahaan tersebut didirikan. Hal ini sesuai dengan teori legitimasi, dimana perusahaan harus mematuhi peraturan dan norma yang berlaku di masyarakat agar mendapatkan dukungan penuh atas operasional perusahaan. Dengan melakukan serta melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial, maka diharapkan akan menarik perhatian dari investor. Hal ini sesuai dengan *signaling theory*.

Temuan ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rosiana, dkk (2013); Wulandari, dkk (2016); Murnita dan Putra (2018); serta Susanti, dkk (2012), dimana CSR berpengaruh secara positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan beberapa penelitian di atas, maka dapat ditarik hipotesis yaitu:

H<sub>1</sub>: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

**Pengaruh Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi dalam Hubungan *Corporate Social Responsibility* dan Nilai Perusahaan**

Teori pensignalan merupakan tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan untuk memberikan suatu informasi positif yang diharapkan akan mempengaruhi dan membentuk persepsi baik pada masyarakat. Perusahaan dengan kemampuan menghasilkan laba yang tinggi, dianggap lebih maksimal dan lebih banyak dalam melakukan tanggung jawab sosialnya serta patuh terhadap peraturan pemerintah yaitu dengan mematuhi PP No.47 Tahun 2012 mengenai tanggung jawab sosial.

Profitabilitas yang semakin tinggi akan membuat manajemen melakukan serta mengungkapkan aktivitas CSR secara lebih luas. Kinerja serta strategi perusahaan dalam menjaga kepercayaan *stakeholder* juga dapat mempengaruhi keberlangsungan hidup bisnisnya. Semakin luas tingkat pengungkapan informasi, *stakeholder* semakin percaya akan keberlangsungan bisnis perusahaan di masa mendatang. Kepercayaan ini ditunjukkan dengan diterimanya produk perusahaan di masyarakat, perusahaan mendapatkan penghargaan dari pemerintah, dsb. Dengan pencapaian-pencapaian itu, para investor akan memandang positif perusahaan yang nantinya juga akan meningkatkan nilai perusahaan dengan penambahan investasi dari investor.

Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Wulandari, dkk (2016); Karundeng, dkk (2017); serta Murnita dan Putra (2018), dimana CSR akan meningkatkan nilai perusahaan pada saat laba perusahaan meningkat. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, maka dapat dirumuskan hipotesis:

H<sub>2</sub>: Profitabilitas memperkuat pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

## **Pengaruh Leverage sebagai Variabel Moderasi dalam Hubungan *Corporate Social Responsibility* dan Nilai Perusahaan**

Teori pensinyalan menguraikan bahwa segala informasi yang diungkapkan oleh perusahaan akan mempengaruhi atau membentuk opini publik terhadap perusahaan. Jika tingkat *leverage* perusahaan tinggi, diindikasikan bahwa perusahaan tersebut lebih banyak menggunakan hutang untuk menghidupi operasional bisnisnya. Dengan adanya sinyal informasi yang buruk mengenai tingginya tingkat hutang perusahaan maka kepercayaan masyarakat terutama investor akan turun.

Perusahaan mempunyai hutang yang tinggi cenderung tidak mengeluarkan biaya yang besar untuk melaksanakan tanggung jawab sosialnya. Manajemen pasti akan memprioritaskan dananya untuk membayar kewajiban agar tidak melampaui jatuh tempo dan membayar bunga atas keterlambatan pembayaran tersebut. Keadaan akan berbanding terbalik jika perusahaan mempunyai rasio *leverage* rendah. Perusahaan ini dipercaya akan menyisihkan sebagian dananya untuk melakukan tanggung jawab sosialnya serta melakukan dan mengungkapkan CSR. Hal ini dapat meningkatkan nilai perusahaan yang terlihat dari semakin banyaknya investor yang menanamkan dananya pada perusahaan tersebut.

Penjelasan di atas didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Murnita dan Putra (2018) yaitu semakin tinggi tingkat rasio *leverage* suatu perusahaan, maka semakin rendah CSR yang dilakukan perusahaan dan berpengaruh terhadap penurunan nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>3</sub>: *Leverage* memperlemah pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

## BAB IV METODE PENELITIAN

### 4.1. Obyek Penelitian

Penelitian ini menggunakan objek perusahaan manufaktur yang telah *listing* di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan mengungkapkan laporan keberlanjutan usahanya dalam periode waktu 2014-2017. Objek penelitian ini diinterpretasikan melalui variable *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel independen, nilai perusahaan sebagai variabel dependen, serta profitabilitas dan *leverage* sebagai variabel moderasi.

### 4.2. Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan periode tahun 2014-2017. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* yaitu dengan mengambil sampel dari populasi berdasarkan suatu kriteria tertentu (Jogiyanto, 2017: 98), yaitu sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang menerbitkan *Annual Report* serta memiliki data yang lengkap terkait variabel penelitian tahun 2014-2017.
2. Perusahaan yang menerbitkan laporan keuangan dalam satuan rupiah.
3. Perusahaan manufaktur yang tidak mengalami kerugian dalam tahun 2014-2017.

### 4.3. Definisi Konsep Variabel Penelitian

#### **Nilai Perusahaan**

Menurut Mardiasari (2012) nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Salah satu indikator yang digunakan dalam mengukur nilai perusahaan menggunakan Rasio Tobin's Q.

Penggunaan Rasio Tobin's Q dinilai memberikan informasi paling baik. Rasio ini dikembangkan oleh James Tobin pada tahun 1967. Rasio ini tidak hanya memasukkan unsur saham saja, namun juga unsur hutang dan modal saham perusahaan. Dengan memasukkan semua unsur, maka nilai perusahaan dianggap lebih konservatif.

Rasio Tobin Q bisa dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Mandasari dkk, 2013):



$$Q = \frac{(EMV + D)}{(EBV + D)}$$

Keterangan:

Q : Nilai Perusahaan

EMV : Nilai Pasar Ekuitas (*Closing Price* x Jumlah Saham yang Beredar)

D : Nilai Buku dari Total Hutang

EBV : Nilai Buku dari Total Aktiva

Rasio Tobin Q merupakan ukuran yang lebih teliti tentang seberapa efektif manajemen memanfaatkan sumber-sumber daya ekonomis dalam kekuasaannya. Semakin besar rasio Tobin Q menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik. Hal ini dapat terjadi karena semakin besar nilai pasar asset perusahaan dibandingkan dengan nilai buku asset perusahaan sehingga menyebabkan semakin besar kerelaan investor untuk mengeluarkan pengorbanan yang untuk memiliki perusahaan tersebut Setianingrum (2015).

Jika Tobin's Q memiliki nilai di atas 1 (satu) menunjukkan bahwa investasi dalam aktiva menghasilkan laba yang memberikan nilai yang lebih tinggi daripada pengeluaran investasi, hal ini akan merangsang adanya investasi baru. Jika Tobin's Q memiliki nilai di dibawah 1 (satu), maka investasi dalam aktiva tidaklah menarik.

### ***Corporate Social Responsibility***

CSR merupakan tanggung jawab sosial perusahaan, baik terhadap masyarakat; pemerintah; karyawan; pemasok; serta para pemegang sahamnya. Kegiatan CSR harus dilakukan secara berkelanjutan, sehingga tidak semata-mata menyisihkan biaya untuk perbaikan sesaat. Namun ada keberlanjutan dari tindakan untuk secara terus menerus ikut serta dalam perbaikan lingkungan dan perbaikan kesejahteraan para *stakeholdernya*. Sehingga dengan dilakukannya CSR, perusahaan berharap akan diterima dan mendapatkan dukungan yang positif dari lingkungan sekitarnya.

Pengungkapan kegiatan CSR perusahaan juga perlu dilakukan. Pengungkapan ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada kelompok yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan mengenai aktivitas perusahaan serta dampaknya terhadap sosial dan lingkungan. Informasi mengenai *Corporate Social Responsibility* dipelopori oleh *Global Reporting Initiative* (GRI) yaitu sebuah organisasi berstandar internasional dan independen yang memelopori dalam penggunaan kerangka laporan keberlanjutan dan pengungkapan informasi serta berkomitmen untuk terus menerus melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia. Penelitian ini menggunakan daftar pengungkapan sosial yang berdasarkan GRI G.4 yang mulai berlaku

di Indonesia mulai tahun 2013. GRI G.4 menggunakan 6 (enam) indikator pengungkapan, yaitu:

1. Indikator Kinerja Ekonomi
2. Indikator Kinerja Lingkungan
3. Indikator Kinerja Tenaga Kerja
4. Indikator Kinerja Hak Asasai Manusia
5. Indikator Kinerja Sosial
6. Indikator Kinerja Produk

Pengukuran variabel ini dilakukan dengan cara mengamati ada atau tidaknya suatu item informasi yang ditentukan dalam laporan tahunan. Apabila item informasi tidak ada, maka diberikan skor 0 (nol) dan jika item informasi yang ditentukan ada, maka diberi skor 1 (satu). Metode ini sering disebut *checklist data*, Sayekti dan Wondabio (2007) dalam Andini (2017). Skor masing-masing item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor per item dan menjumlahkan skor per item untuk memperoleh keseluruhan skor setiap perusahaan. CSR Indeks dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$CSRI = \frac{n}{k}$$

Keterangan:

CSRI = *Corporate Social Responsibility Disclosure Indeks*

n = Jumlah item pengungkapan CSR yang dipenuhi

k = Jumlah semua item pengungkapan CSR (91 item)

### **Profitabilitas**

Merupakan tingkat keuntungan bersih yang mampu diraih oleh perusahaan pada saat menjalankan aktivitas bisnisnya. Profitabilitas menunjukkan seberapa besar kinerja keuangan perusahaan dalam menghasilkan atau memperoleh keuntungan, Putri (2014). Profitabilitas juga dapat digunakan sebagai salah satu aspek yang dapat mempengaruhi perusahaan dalam pengungkapan aktivitas tanggung jawab sosialnya secara lebih luas. Penelitian ini menggunakan *Return on Equity (ROE)* untuk mengukur profitabilitas.

ROE digunakan untuk mengukur tingkat pengembalian atas investasi pemegang saham biasa (Brigham dan Houston, 2013: 149). Para investor menanamkan saham pada perusahaan tujuannya adalah untuk mendapatkan *return* yang tinggi. ROE yang tinggi umumnya memiliki korelasi positif dengan harga saham yang tinggi serta kemungkinan perusahaan mengalami masalah relatif kecil. Rasio ini juga menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menggunakan modal sendiri untuk menghasilkan keuntungan dari aktivitas bisnisnya. Kamil dan Herusetya (2012) berpendapat bahwa tingkat profitabilitas

yang semakin besar menunjukkan perusahaan mampu mendapatkan laba yang semakin besar sehingga perusahaan mampu untuk meningkatkan aktivitas tanggung jawab sosial serta mengungkapkan tanggung jawab sosialnya dalam laporan tahunannya secara lebih luas. ROE dapat dihitung dengan rumus (Brigham dan Houston, 2013: 149):

$$\text{ROE} = \frac{\text{Earning After Interest and Tax}}{\text{Equity}} \times 100\%$$

### **Leverage**

Yaitu sampai sejauh mana perusahaan menggunakan pendanaan melalui hutang. Rasio *leverage* dapat memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan sehingga dapat dilihat risiko tidak tertagihnya hutang, Murnita dan Putra (2018). *Leverage* menggambarkan hubungan antara utang perusahaan terhadap modal maupun aset yang dimiliki perusahaan. Artinya hutang dapat dipergunakan investor untuk memprediksi apakah bisnis perusahaan akan mengalami keuntungan atau kerugian atas hutang tersebut. Jadi hutang bisa mempengaruhi nilai perusahaan.

Dalam penelitian ini *leverage* dihitung dengan menggunakan rasio hutang terhadap modal (*Debt to Equity Ratio*). Alasan penggunaan rasio ini adalah untuk mengukur seberapa besar kontribusi kreditur dalam membentuk struktur keuangan perusahaan atau presentase dana yang diberikan oleh kreditor terhadap perusahaan. Rasio ini berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam (kreditor) dengan pemilik perusahaan. Dengan kata lain, rasio ini berfungsi untuk mengetahui jumlah rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan utang Kasmir (2017: 157-158). Rumus yang dapat digunakan untuk menghitung rasio ini yaitu (Kasmir, 2017: 158):

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Debt}}{\text{Equity}}$$

## **4.4. Rancangan Analisis**

### **1) Statistik Deskriptif**

Analisis deskriptif menggambarkan tentang ringkasan data-data penelitian seperti *mean*, standar deviasi, *varian*, *modus*. Juga dilakukan pengukuran untuk menggambarkan distribusi data apakah normal atau tidak dalam pembahasan ini akan dilakukan analisis deskriptif dengan memberikan gambaran data tentang jumlah data, minimum, maksimum, *mean*, dan standar deviasi.

### **2) Uji Normalitas Data**

Menurut Ghozali (2011): Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam modal regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui

bahwa uji t dan F mengansumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Uji normalitas yang dapat digunakan adalah dengan melihat nilai *kurtosis* dan *skewness* dari residual.

Nilai z statistik untuk *skewness* dapat dihitung dengan rumus:

$$Z_{\text{skewness}} = \frac{\text{Skewness}}{\sqrt{6/N}}$$

Sedangkan nilai z *kurtosis* dapat dihitung dengan rumus:

$$Z_{\text{kurtosis}} = \frac{\text{Kurtosis}}{\sqrt{24/N}}$$

Dimana N adalah jumlah sampel, jika nilai Z hitung > Z tabel, maka distribusi tidak normal.

### 3) Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel *independen*. Jika variabel *independen* saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel *independen* sama dengan nol. Multikolonieritas dapat juga dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabilitas variabel *independen* yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel *independen* lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena  $VIF = 1/Tolerance$ ). Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai  $Tolerance \leq 0.10$ .

#### b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas antara lain dengan uji glejser.

#### c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang

waktu berkaitan satu sama lainnya. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi dapat dilihat dengan menggunakan uji *Durbin – Waston* (DW test), DW test hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (*first order autocorrelition*) dan mensyaratkan adanya *intercept* (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variabel lagi diantara variabel independen.

#### 4) Pengujian Hipotesis

Pengujian terhadap kelayakan data hipotesis penelitian dilakukan dengan cara sebagai berikut:

##### a. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik dan untuk menguji hipotesisnya menggunakan MRA (*Moderated Regression Analysis*). Model persamaan regresi ini sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X + \beta_2 XZ_1 + \beta_3 XZ_2 + e$$

Keterangan:

- Y = Nilai Perusahaan
- a = Konstanta
- $\beta_{1,2,3}$  = Koefisien Regresi
- X = *Corporate Social Responsibility*
- $XZ_1$  = Interaksi antara CSR dengan profitabilitas
- $XZ_2$  = Interaksi antara CSR dengan *leverage*
- e = *error* atau sisa (residual)

##### b. Uji Model

###### 1. Uji – F (Uji Simultan)

Untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan, dengan  $\alpha = 0,05$  dan juga penerimaan atau penolakan hipotesa dengan cara:

- Apabila nilai F hitung  $\geq$  F tabel, pada tingkat kepercayaan 95% ( $\alpha = 0,05$ ) dan tingkat derajat kebebasan (df) pembilang (K-1) dan penyebut K (n-1) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- Apabila nilai F hitung  $\leq$  F tabel, pada tingkat kepercayaan 95% ( $\alpha = 0,05$ ) dan tingkat derajat kebebasan (df) pembilang (K-1) dan penyebut K (n-1) maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

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

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Nilai Perusahaan). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol (0) dan satu (1). Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen (bebas) dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen.

### c. Uji Hipotesis

Untuk membuktikan hipotesis dalam penelitian ini apakah variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, maka digunakan beberapa pengujian yaitu uji-t. Uji - t (Uji Parsial) untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial dengan  $\alpha = 0,05$ .

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Total	100000000	100	1000000		
Corrected Model	10000000	10	1000000	10	0,0001
Corrected Total	100000000	100	1000000		

### 3.3 Hasil Uji Hipotesis

Pada penelitian ini uji hipotesis dilakukan dengan prosedur statistik sebagai berikut. Uji hipotesis dilakukan dengan uji t. Uji t dilakukan dengan uji t. Uji t dilakukan dengan uji t.

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Total	100000000	100	1000000		
Corrected Model	10000000	10	1000000	10	0,0001
Corrected Total	100000000	100	1000000		

$$t = \frac{\text{Koefisien}}{\text{S.E. Koefisien}} = \frac{0,200}{0,015} = 13,33$$

Diketahui bahwa di sini diperoleh nilai t statistik sebesar 13,33 dan nilai t kritis sebesar 1,65. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai statistik lebih besar dari nilai kritis berada di antara 1,65 dan 1,96. Dengan demikian dapat

## BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

### 5.1. Populasi dan Pengambilan Sampel

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, sedangkan populasi dalam penelitian ini adalah semua perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2014 sampai dengan 2017. Berdasarkan populasi penelitian tersebut diperoleh sampel sebanyak 360 data. Pengambilan sampel penelitian menggunakan metode *purposive sampling*.

### 5.2. Statistik Deskriptif

Tabel Statistik deskriptif dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 1  
Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
TOBIN	360	-1,08	3,15	,3461	,72220
CSR	360	,022	,615	,21187	,120667
ROE	360	,002	1,865	,17308	,227518
DER	360	,049	30,074	1,15565	1,994967
Valid N (lstwise)	360				

### 5.3. Hasil Uji Normalitas

Pada penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan analisis statistik skweness dan kurtosis sebagai berikut. Berdasarkan hasil output uji normalitas diatas di peroleh perhitungan *skweness* dan *kurtosis* sebagai berikut:

Tabel 2  
Uji Normalitas

	N	Skweness		Kurtosis	
		Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Unstandardized Residual	360	-,046	,129	,306	,256
Valid N (listwise)	360				

$$Z_{skwness} = \frac{-0,046}{\sqrt{6}/360}$$

$$= -0,356$$

$$Z_{kurtosis} = \frac{0,306}{\sqrt{24}/360}$$

$$= 1,185$$

Dilihat dari table di atas, diperoleh nilai Z skwness sebesar -0,356 dan Z kurtosis sebesar 1,185. Hasil tersebut menunjukkan nilai *skwness* dan *kurtosis* tidak lebih dari  $\pm 1,96$  atau berada di antara (-1,96) dan 1,96. Dengan demikian dapat

disimpulkan bahwa data yang akan diolah sejumlah 360 telah memenuhi asumsi normalitas dan dapat dilanjutkan ke tahap selanjutnya.

#### 5.4. Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil uji asumsi klasik yang meliputi uji multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi ditunjukkan pada Tabel 3 berikut:

Tabel 3  
Hasil Uji Asumsi Klasik

VARIABEL	HASIL
CSR	
<i>Tolerance</i>	0,965
VIF	1,036
Sig. Heterokedastisitas	0,076
ROE	
<i>Tolerance</i>	0,763
VIF	1,311
Sig. Heterokedastisitas	0,849
DER	
<i>Tolerance</i>	0,760
VIF	1,316
Sig. Heterokedastisitas	0,201
Durbin-watson	2,104

Hasil pengujian asumsi klasik telah memenuhi asumsi klasik, untuk hasil uji multikolinearitas nilai VIF nya  $< 10$ ; untuk heteroskedastisitas seluruh variable independen tidak signifikan terhadap residual ( $> 0,05$ ); dan untuk uji autokorelasi menghasilkan angka Durbin-Watson 2,104 berada pada area *no-autocorrelation*.

#### 5.5. Hasil Uji Model dan Uji Hipotesis

Hasil uji model dan uji hipotesis disajikan pada Tabel 4 berikut.

Tabel 4:  
Hasil Uji Model dan Uji Hipotesis

VARIABEL	HASIL
CSR	
Nilai t hitung	0,994
Koefisien	0,302
Signifikansi	0,321
CSR_ROE	
Nilai t hitung	10,047
Koefisien	5,366
Signifikansi	0,000*
CSR_DER	
Nilai t hitung	-3,386
Koefisien	-0,421
Signifikansi	0,001*
F hitung	41,617
Signifikansi	0,000*
Adj R square	0,253

Keterangan: \* = Signifikansi level 0,001



Hasil uji model menunjukkan bahwa model yang digunakan dalam penelitian dinyatakan memenuhi *goodness of fit* model nilai F hitung sebesar 41,617 signifikan 0,000. Kemampuan menjelaskan variable independen terhadap variable dependen sebesar 25,3% (0,253).

Hasil pengujian pada hipotesis *pertama* yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, tidak diterima. Hasil uji t diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,321 > 0,05$ . Pada hipotesis *kedua* menyatakan bahwa profitabilitas memoderasi pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan, diterima. Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dan mempunyai arah positif. Hipotesis *ketiga* menyatakan bahwa leverage memoderasi pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan, diterima. Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$ , dan mempunyai arah koefisien negatif.

## 5.6. Pembahasan

Berdasarkan uji hipotesis menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan tidak terbukti, hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang dalam melakukan dan mengungkapkan CSR rendah tidak selalu mempunyai nilai perusahaan yang tinggi, begitupun sebaliknya. Hal ini berarti bahwa besar kecilnya pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan, tidak berpengaruh terhadap pandangan investor terhadap keberlanjutan perusahaan kedepannya atau nilai perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Putri (2014), Setianingrum (2015), Saedah (2015), Karundeng (2017) yang hasilnya yaitu pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil uji hipotesis kedua menunjukkan bahwa profitabilitas memperkuat pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan, terbukti. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori sinyal, jika perusahaan memperoleh laba dan mengungkapkan dalam laporan tahunannya, maka perusahaan telah memberikan sinyal positif kepada investor dan *stakeholder*. Dengan adanya laba, pihak eksternal maupun internal berfikir bahwa perusahaan akan mampu untuk mempertahankan eksistensinya dalam tahun-tahun ke depan. Perusahaan dengan laba yang tinggi, akan lebih banyak menyisihkan dananya untuk melakukan tanggung jawab sosialnya. Dikarenakan pelaksanaan kegiatan tanggung jawab sosial membutuhkan dana yang besar, dan dana tersebut biasanya didapatkan melalui presentase tertentu dari laba perusahaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan

penelitian yang dilakukan oleh Murnita dan Putra (2018), Karundeng, dkk (2017), Wulandari, dkk (2016), Setianingrum (2015), Rosiana, dkk (2013) dimana dengan profitabilitas perusahaan yang tinggi, maka perusahaan akan lebih luas untuk melakukan dan mengungkapkan aktivitas CSR, sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa leverage memperlemah pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan, terbukti. Hal ini sesuai dengan *signaling theory*, dimana hutang yang tinggi dianggap sebagai informasi yang buruk dan menyebabkan perusahaan mengurangi pengeluarannya serta kewajibannya dan tidak mematuhi kontrak sosial yang telah dibuat. Kepercayaan masyarakat akan menurun serta investor memandang bahwa perusahaan tidak mempunyai prospek yang baik di masa depannya. Dampaknya yaitu akan menyebabkan turunnya nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Murnita dan Putra (2018) dimana semakin tinggi tingkat rasio *leverage* suatu perusahaan, maka semakin rendah CSR yang dilakukan perusahaan dan akan mempengaruhi penurunan nilai perusahaan dari sisi investor maupun *stakeholder*.

## BAB VI PENUTUP

### 5.1. SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa corporate sosial responsibility tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini dimungkinkan bahwa belum ada peraturan yang mewajibkan dan mengungkapkan besaran denda atau sanksi jika perusahaan tidak melakukan aktivitas tanggung jawab sosial. Profitabilitas mampu memoderasi (memperkuat) pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan hasil positif signifikan. Hal ini berarti bahwa dengan meningkatnya profit perusahaan, maka perusahaan akan lebih banyak melakukan aktivitas tanggung jawab sosialnya sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan. *Leverage* dapat memoderasi (memperlemah) pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan hasil negative signifikan. Dapat disimpulkan bahwa semakin banyaknya hutang perusahaan, perusahaan akan mengurangi pelaksanaan CSR nya, hal tersebut dapat menurunkan nilai perusahaan di mata *stakeholder* dan *shareholde*

Hasil penelitian ini mendukung *signaling theory* dimana perusahaan memperoleh laba dan mengungkapkan dalam laporan tahunannya, maka perusahaan telah memberikan sinyal positif kepada investor dan *stakeholder*, dan jika perusahaan mempunyai hutang yang tinggi dianggap sebagai informasi yang buruk dan menyebabkan perusahaan mengurangi pengeluarannya serta kewajibannya dan tidak mematuhi kontrak sosial yang telah dibuat.

### 5.2. SARAN

Penelitian lebih lanjut dilakukan menggunakan sampel yang lebih luas berbagai industri sehingga dapat digeneralisasi dan dengan memperpanjang waktu penelitian, serta menggunakan indikator GRI terbaru yaitu GRI Standards yang sudah mulai efektif pada tanggal 1 Juli 2018.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardyansah, Danis. 2014. Pengaruh Size, Leverage, Profitability, Capital Intensity Ratio Dan Komisaris Independen Terhadap Effective Tax Rate (ETR). *Skripsi*. Universitas Diponegoro.
- Fatmawati, Naning. 2015. Pengungkapan Corporate Social Responsibility dalam Akuntansi Sosial Ekonomi Ditinjau dari Syariah.. *Jurnal Ekonomi Syariah Equilibrium, Vol.3 No.2*.
- Fikriyah. 2013. Analisis Pengaruh Likuiditas, Leverage, Profitabilitas dan Karakteristik Kepemilikan Terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan. *Jurnal Ekonomi hal 1-17 UIN Maliki Malang*.
- Ghazali, Imam & Cariri. 2007. *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19 cet 4*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handriyani. 2013. Pengaruh Social Corporate Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi, Vol.2 No.3*.
- Harmoni, A., & Andriyani, A. 2008. Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Official Website Perusahaan Studi Pada PT Unilever Indonesia Tbk. *Proceeding Seminar Ilmiah Nasional KOMMIT 2008. ISSN: 1411-6286*. Universitas Gunadarma Depok.
- Hartono, Jogiyanto. 2017. *Metodologi Penelitian Bisnis Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman* (edisi 6). Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Houston, Brigham. 2011. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan* (11 Buku 2). Jakarta: Salemba Empat.
- Houston, Brigham. 2013. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan* (11 Buku 2). Jakarta: Salemba Empat.
- IAI. 2017. *Standar Akuntansi Keuangan Efektif per 1 Januari 2017*. Jakarta: Dewan Standar Akuntansi Keuangan IAI.
- Kamil, Ahmad. & Antonius Herusetya. 2012. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Kegiatan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Media Riset Akuntansi, 2 No.1. ISSN 2088-2106*.

- Karundeng, F., dkk. 2017. Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas, Kepemilikan Manajemen, dan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan). *Jurnal Akuntansihal 1-10*. Program Magister Akuntansi Universitas Sam Ratulangi.
- Kasmir. 2014. *Analisis Laporan Keuangan* (1 Cetakan 7). Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Mandasari, P. Y., dkk. 2013. The Influence Of Corporate Social Responsibility To Firm Value With Profitability And Leverage As A Moderating Variable. *Jurnal Ekonomi Volume 21, No. 4, hal 1-20*.
- Mardiasari, Nilla. 2012. Pengaruh Return On Asset Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Pemoderasi. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Murnita, P.& Putra, I. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan Leverage sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana, Vol. 23.2 hal: 1470-1494*.
- Republik Indonesia. 2012. Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Lembaran Negara RI Tahun 2012, No. 89. Sekretariat Negara. Jakarta.
- Putri, O.P. 2014. Peran Profitabilitas Sebagai Moderating Variabel Dari Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Skripsi*. Universitas Dian Nuswantoro Semarang.
- Rosiana, G. dkk. 2013. Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana 5.3 hal: 723-738. ISSN 2302-8556*.
- Saedah, Zuhro. 2015. Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *Naskah Publikasi hal: 1-13*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Sekaran, Uma. 2006. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis* (4 Buku 2). Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, Uma & Bougie. 2017. *Metode Penelitian untuk Bisnis* (6 Buku 2). Jakarta: Salemba Empat.
- Setianingrum, W. A. 2015. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. *Skripsi*. Universitas Negeri Semarang.
- Siregar. 2016. Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Manufaktur di BEI. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi, 5 Nomor 2*.
- Solihin, Ismail. 2008. *Corporate Social Responsibility from Charity to Sustainability*. Jakarta: Salemba Empat.

Subramanyam & Wild. 2016. *Analisis Laporan Keuangan* (10 Buku 1). Jakarta: Salemba Empat.

Sujarweni. 2015 *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan: teori dan Aplikasi dengan SPSS* (edii pertama). Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.

Susanti, F., dkk. 2012. The Influence Of Corporate Social Responsibility To Firm Value With Profitability And Leverage As A Moderating Variable. *PROCEEDING The 13th Malaysia Indonesia Conference on Economics, Management and Accounting (MIICEMA)*.

Syahrudin, A. 2015. Analisis Good Corporate Governance dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Perusahaan Sebagai Variabel Intervening Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2011 - 2013. *Jurnal EKOBIS*, 16 No. Hal: 116-126.

Wulandari, A. dkk. 2016. Dampak Moderasi Profitabilitas Terhadap Pengaruh Corporate Social Responsibility Pada Nilai Perusahaan Manufaktur. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 5.7 hal: 1889-1918 ISSN: 2337-3067.

Aspek	Indikator	Definisi
Aspek Likuiditas	GA-1	Kapitalisasi yang signifikan
	GA-2	Kapitalisasi yang signifikan
	GA-3	Kapitalisasi yang signifikan
Aspek Aktif	GA-4	Keuntungan yang signifikan
	GA-5	Keuntungan yang signifikan
	GA-6	Keuntungan yang signifikan
Aspek Kinerja	GA-7	Keuntungan yang signifikan
	GA-8	Keuntungan yang signifikan
	GA-9	Keuntungan yang signifikan
Aspek Risiko	GA-10	Keuntungan yang signifikan
	GA-11	Keuntungan yang signifikan
	GA-12	Keuntungan yang signifikan

## INDIKATOR PENGUNGKAPAN CSR MENURUT GRI G.4

KATEGORI EKONOMI		
Aspek: Kinerja Ekonomi	G4-EC1	Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan.
	G4-EC2	Implikasi finansial dan risiko serta peluang lainnya kepada kegiatan organisasi karena perubahan iklim.
	G4-EC3	Cakupan kewajiban organisasi atas program imbalan pasti.
	G4-EC4	Bantuan finansial yang diterima dari pemerintah.
Aspek: Keberadaan di Pasar	G4-EC5	Rasio upah standar pegawai pemula ( <i>entry level</i> ) menurut gender dibandingkan dengan upah minimum regional di lokasi-lokasi operasional yang signifikan.
	G4-EC6	Perbandingan manajemen senior yang dipekerjakan dari masyarakat lokal di lokasi operasi yang signifikan.
Aspek: Dampak Ekonomi Tidak Langsung	G4-EC7	Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur dan jasa yang diberikan.
	G4-EC8	Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk besarnya dampak.
Aspek: Praktik Pengadaan	G4-EC9	Perbandingan pembelian dari pemasok lokal di lokasi operasional yang signifikan.
KATEGORI LINGKUNGAN		
Aspek: Bahan	G4-EN1	Bahan yang digunakan berdasarkan berat atau volume.
	G4-EN2	Persentase bahan yang digunakan yang merupakan bahan input daur ulang.
Aspek: Energi	G4-EN3	Konsumsi energi dalam organisasi.
	G4-EN4	Konsumsi energi di luar organisasi.
	G4-EN5	Intensitas energi.
	G4-EN6	Pengurangan konsumsi energi.
	G4-EN7	Pengurangan kebutuhan energi pada produk dan jasa.
Aspek: Air	G4-EN8	Total pengambilan air berdasarkan sumber.
	G4-EN9	Sumber air yang secara signifikan dipengaruhi oleh pengambilan air.
	G4-EN10	Persentase dan total volume air yang didaur ulang dan digunakan kembali.
Aspek: Keanekaragaman Hayati	G4-EN11	Lokasi-lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola di dalam, atau yang berdekatan dengan, kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi di luar kawasan lindung.
	G4-EN12	Uraian dampak signifikan kegiatan, produk, dan jasa terhadap keanekaragaman hayati di kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi di luar kawasan lindung.
	G4-EN13	Habitat yang dilindungi dan dipulihkan
	G4-EN14	Jumlah total spesies dalam <i>iucn red list</i> dan spesies dalam daftar spesies yang dilindungi nasional dengan habitat di tempat yang dipengaruhi operasional, berdasarkan tingkat risiko kepunahan.
Aspek: Emisi	G4-EN15	Emisi gas rumah kaca langsung.

	G4-EN16	Emisi gas rumah kaca energi tidak langsung.
	G4-EN17	Emisi gas rumah kaca tidak langsung lainnya.
	G4-EN18	Intensitas emisi gas rumah kaca.
	G4-EN19	Pengurangan emisi gas rumah kaca.
	G4-EN20	Emisi bahan perusak ozon.
	G4-EN21	Nox, sox, dan emisi udara signifikan lainnya.
Aspek: Efluen dan Limbah	G4-EN22	Total air yang dibuang berdasarkan kualitas dan tujuan.
	G4-EN23	Bobot total limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan.
	G4-EN24	Jumlah dan volume total tumpahan signifikan.
	G4-EN25	Bobot limbah yang dianggap berbahaya yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah, dan persentase limbah yang diangkut untuk pengiriman internasional.
	G4-EN26	Identitas, ukuran, status lindung, dan nilai keanekaragaman hayati dari badan air dan habitat terkait yang secara signifikan terkena dampak dari air buangan dan limpasan dari organisasi.
Aspek: Produk dan Jasa	G4-EN27	Tingkat mitigasi dampak terhadap dampak lingkungan produk dan jasa.
	G4-EN28	Persentase produk yang terjual dan kemasannya yang direklamasi menurut kategori.
Aspek: Kepatuhan	G4-EN29	Nilai moneter denda signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter karena ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan lingkungan.
Aspek: Transportasi	G4-EN30	Dampak lingkungan signifikan dari pengangkutan produk dan barang lain serta bahan untuk operasional organisasi, dan pengangkutan tenaga kerja.
Aspek: Lain-lain	G4-EN31	Total pengeluaran dan investasi perlindungan lingkungan berdasarkan jenis.
Aspek: Asesmen Pemasok atas Lingkungan	G4-EN32	Persentase pemasok baru menggunakan kriteria lingkungan.
	G4-EN33	Dampak lingkungan negatif signifikan aktual dan potensial dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil.
Aspek: Mekanisme Pengaduan Masalah Lingkungan	G4-EN34	Jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi.
<b>KATEGORI TENAGA KERJA</b>		
Aspek: Kepegawaian	G4-LA1	Jumlah total dan tingkat perekrutan karyawan baru dan <i>turnover</i> karyawan menurut kelompok umur, gender, dan wilayah.
	G4-LA2	Tunjangan yang diberikan bagi karyawan purnawaktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atau paruh waktu, berdasarkan lokasi operasi yang signifikan.
	G4-LA3	Tingkat kembali bekerja dan tingkat retensi setelah cuti melahirkan, menurut gender.
Aspek: Hubungan Industrial	G4-LA4	Jangka waktu minimum pemberitahuan mengenai perubahan operasional, termasuk apakah hal tersebut tercantum dalam perjanjian bersama.



Aspek: Kesehatan dan Keselamatan Kerja	G4-LA5	Persentase total tenaga kerja yang diwakili dalam komite bersama formal manajemen-pekerja yang membantu mengawasi dan memberikan saran program kesehatan & keselamatan kerja.
	G4-LA6	Jenis dan tingkat cedera, penyakit akibat kerja, hari hilang, dan kemangkiran, serta jumlah total kematian akibat kerja, menurut daerah dan gender.
	G4-LA7	Pekerja yang sering terkena atau berisiko tinggi terkena penyakit yang terkait dengan pekerjaan mereka.
	G4-LA8	Topik kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian formal dengan serikat pekerja.
Aspek: Pelatihan dan Pendidikan	G4-LA9	Jam pelatihan rata-rata per tahun per karyawan menurut gender, dan menurut kategori karyawan.
	G4-LA10	Program untuk manajemen keterampilan dan pembelajaran seumur hidup yang mendukung keberlanjutan kerja karyawan dan membantu mereka mengelola purna bakti.
	G4-LA11	Persentase karyawan yang menerima reviu kinerja dan pengembangan karier secara reguler, menurut gender dan kategori karyawan.
Aspek: Keberagaman dan Kesetaraan Peluang	G4-LA12	Komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan per kategori karyawan menurut gender, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan indikator keberagaman lainnya.
Aspek: Kesetaraan Remunerasi Perempuan dan Laki-laki	G4-LA13	Rasio gaji pokok dan remunerasi bagi perempuan terhadap laki-laki menurut kategori karyawan, berdasarkan lokasi operasional yang signifikan.
Aspek: Asesmen Pemasok atas Praktik Ketenagakerjaan	G4-LA14	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria praktik ketenagakerjaan.
	G4-LA15	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap praktik ketenagakerjaan dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil.
Aspek: Mekanisme Pengaduan Masalah Ketenagakerjaan	G4-LA16	Jumlah pengaduan tentang praktik ketenagakerjaan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi.
<b>KATEGORI HAK ASASI MANUSIA</b>		
Aspek: Investasi	G4-HR1	Jumlah total dan persentase perjanjian dan kontrak investasi yang signifikan yang menyertakan klausul terkait hak asasi manusia atau penapisan berdasarkan hak asasi manusia.
	G4-HR2	Jumlah waktu pelatihan karyawan tentang kebijakan atau prosedur HAM terkait dengan aspek HAM yang relevan dengan operasi, serta persentase karyawan yang dilatih.
Aspek: Non-diskriminasi	G4-HR3	Jumlah total insiden diskriminasi dan tindakan perbaikan yang diambil.
Aspek: Kebebasan Berserikat dan Perjanjian Kerja Bersama	G4-HR4	Operasi dan pemasok teridentifikasi yang mungkin melanggar atau berisiko tinggi melanggar hak untuk melaksanakan kebebasan berserikat dan perjanjian kerja bersama, dan tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut.

Aspek: Pekerja Anak	G4-HR5	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan eksploitasi pekerja anak dan tindakan yang diambil untuk berkontribusi dalam penghapusan pekerja anak yang efektif.
Aspek: Pekerja Paksa atau Wajib Kerja	G4-HR6	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan pekerja paksa atau wajib kerja dan tindakan untuk berkontribusi dalam penghapusan segala bentuk pekerja paksa atau wajib kerja.
Aspek: Praktik Pengamanan	G4-HR7	Persentase petugas pengamanan yang dilatih dalam kebijakan atau prosedur hak asasi manusia di organisasi yang relevan dengan operasi.
Aspek: Hak Adat	G4-HR8	Jumlah total insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat dan tindakan yang diambil.
Aspek: Asesmen	G4-HR9	Jumlah total dan persentase operasi yang telah melakukan <i>review</i> atau <i>asesment</i> dampak HAM.
Aspek: Asesmen Pemasok atas Hak Asasi Manusia	G4-HR10	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria hak asasi manusia.
	G4-HR11	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap hak asasi manusia dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil.
Aspek: Mekanisme Pengaduan Masalah Hak Asasi Manusia	G4-HR12	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap hak asasi manusia yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan formal.
<b>KATEGORI SOSIAL</b>		
Aspek: Masyarakat Lokal	G4-SO1	Persentase operasi dengan melibatkan masyarakat lokal, asesmen dampak, dan program pengembangan yang diterapkan.
	G4-SO2	Operasi dengan dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat lokal.
Aspek: Anti-korupsi	G4-SO3	Jumlah total dan persentase operasi yang dinilai terhadap risiko terkait dengan korupsi dan risiko signifikan yang teridentifikasi.
	G4-SO4	Komunikasi dan pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur anti-korupsi.
	G4-SO5	Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil.
Aspek: Kebijakan Publik	G4-SO6	Nilai total kontribusi politik berdasarkan negara dan penerima-penerima manfaat.
Aspek: Anti Persaingan	G4-SO7	Jumlah total tindakan hukum terkait anti persaingan, <i>anti-trust</i> , serta praktik monopoli dan hasilnya.
Aspek: Kepatuhan	G4-SO8	Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan.
Aspek: Asesmen Pemasok atas Dampak pada Masyarakat	G4-SO9	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria dampak terhadap masyarakat.
	G4-SO10	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil.

Aspek: Mekanisme Pengaduan Dampak terhadap Masyarakat	G4-SO11	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap masyarakat yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi.
<b>KATEGORI PRODUK</b>		
Aspek: Kesehatan dan Keselamatan Pelanggan	G4-PR1	Persentase kategori produk dan jasa yang signifikan yang dampaknya terhadap kesehatan dan keselamatan yang dinilai untuk peningkatan.
	G4-PR2	Total jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa sepanjang daur hidup, menurut jenis hasil.
Aspek: Pelabelan Produk dan Jasa	G4-PR3	Jenis informasi produk dan jasa yang diharuskan oleh prosedur organisasi terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, serta persentase kategori produk dan jasa yang signifikan harus mengikuti persyaratan informasi sejenis.
	G4-PR4	Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan sukarela terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, menurut jenis hasil.
	G4-PR5	Hasil survei untuk mengukur kepuasan pelanggan.
Aspek: Komunikasi Pemasaran	G4-PR6	Penjualan produk yang dilarang atau disengketakan.
	G4-PR7	Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan sukarela tentang komunikasi pemasaran, termasuk iklan, promosi, dan sponsor, menurut jenis hasil.
Aspek: Privasi Pelanggan	G4-PR8	Jumlah total keluhan yang terbukti terkait dengan pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan.
Aspek: Kepatuhan	G4-PR9	Nilai moneter denda yang signifikan atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan terkait penyediaan dan penggunaan produk dan jasa.



# UNIVERSITAS STIKUBANK SEMARANG

## LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT (LPPM)

**SEKRETARIAT :**

**Kampus Mugas :** Jl. Tri Lomba Juang No. 1 Semarang 50241  
Telp. (024) 8451974, 8311668, 8454746 Fax (024) 8443240 E-mail : [LPPM@unistbank.ac.id](mailto:LPPM@unistbank.ac.id)

**Kampus Bendan :** Jl. Kendeng V Bendan Ngisor Semarang  
Telp. (024) 8414970, Fax (024) 8441738 E-mail : [lpom@unistbank.ac.id](mailto:lpom@unistbank.ac.id)

### SURAT TUGAS

Nomor: 036/J.09/UNISBANK/PN/V/2019

Yang bertanda tangan di bawah ini. Kepala LPPM Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang menugaskan kepada:

- |   |                  |   |  |
|---|------------------|---|--|
| 1 | Nama             | : | IDA NURHAYATI, S.E., M.Si, Sebagai Ketua Tim Penelitian  |
|   | NIDN             | : | 0617046802   |
|   | Pangkat/Golongan | : | Penata Tk. 1/III.d   |
|   | Jabatan Akademik | : | Lektor   |
| 2 | Nama             | : | RR. TJAHHANING POERWATI, S.E., M.Si, AK., CA. Sebagai Anggota  |
|   | NIDN             | : | 0617017101   |
|   | Pangkat/Golongan | : | Penata Muda Tk. 1/III.b  |
|   | Jabatan Akademik | : | Asisten Ahli   |
| 3 | Nama             | : | ANDI KARTIKA, S.E., M.M. Sebagai Anggota   |
|   | NIDN             | : | 0607027302   |
|   | Pangkat/Golongan | : | Pembina/IV.a Lektor Kepala   |
|   | Jabatan Akademik | : |  |
| 4 | Nama             | : | ILHAM IFTAKUKHOIRI, Sebagai Anggota  |
|   | NIM              | : | 1705520140   |
| 5 | Nama             | : | LUTH FIANA AFIFATININGSIH, Sebagai Anggota   |
|   | NIM              | : | 1705520142   |
|   | Unit Organisasi  | : | Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang  |
|   | Tugas            | : | Sebagai Tim Penelitian   |
|   | Judul            | : | DAMPAK MODERASI PROFITABILITAS DAN LEVERAGE<br>TERHADAP PENGARUH CSR PADA NILAI PERUSAHAAN DI<br>INDONESIA |
|   | Tempat           | : | BEI  |
|   | Jangka Waktu     | : | MEI S/D OKTOBER 2019   |

Demikian harap dilaksanakan dan setelah selesai diharap memberi laporan Penelitian.



Semarang, 22 Mei 2019

Kepala LPPM,

Dr. Agus Budi Santosa, M.Si

Tembusan kepada Yth :

1. Wakil Rektor I,II,III
2. Para Dekan dan Dir PPs
3. Ka. LPPM
4. Kabag PSDM / Keuangan / LPPM

**Lampiran:****1. Ketua Peneliti:****IDENTITAS DIRI**

Nama : Ida Nurhayati, SE., Msi  
NIP/NIDN : YU.2.01.10.038 / 0617046802  
Tempat dan Tanggal Lahir : Pati, 17 April 1968  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Pangkat / Golongan : Penata / III D  
Jabatan Fungsional : Lektor  
Alamat Rumah : Wanara III/185 Semarang  
Telp./ HP : 08164239388  
Alamat e-mail : [idanurhayati@edu.unisbank.ac.id](mailto:idanurhayati@edu.unisbank.ac.id)

PENGALAMAN PENELITIAN			
Tahun	Judul Penelitian	Sumber Dana	Jumlah
2016	PAD kabupaten/kota di Jawa Tengah sebelum dan sesudah berlakunya UU No. 28 tahun 20109 tentang pajak daerah dan kontribusi daerah	Unirvesitas Stikubank	3.000.000,-
2016	Determinan kepatuhan wajib pajak	Unirvesitas Stikubank	3.000.000,-
2015	Faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak orang pribadi (Studi kasus WP Orang pribadi yang terdaftar di KPP Candisari)	Unirvesitas Stikubank	3.000.000,-

PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT			
Tahun	Kegiatan	Sumber Dana	Jumlah
2017	Bimbingan teknis perhitungan harga pokok produksi dan pemanfaatannya bagi pelaku UMKM di kota Semarang	Unirvesitas Stikubank	1.500.000,
2017	Pelatihan manajemen keuangan bagi UMKM	Unirvesitas Stikubank	1.500.000,
2016	Pelatihan penyusunan laporan keuangan	Unirvesitas Stikubank	1.500.000,
2015	Kemampuan penyusunan laporan keuangan koperasi koperasi simpan pinjam berbasis ETAP kabupaten Kebumen	Unirvesitas Stikubank	1.500.000,

Semarang, April 2019  
Yang Menyatakan,

Ida Nurhayati, SE., MSi.  
NIDN.: 0617046802

## 2. Anggota Peneliti 1:

### IDENTITAS DIRI

Nama : Rr. Tjahjaning Poerwati, SE., MSi., Ak., CA.  
NIP/NIDN : YU.2.03.04.059 / 0617017101  
Tempat dan Tanggal Lahir : Malang, 17 Januari 1971  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Pangkat / Golongan : Penata Muda / IIIB  
Jabatan Fungsional : Asisten Ahli  
Alamat Rumah : Pucang Adi IV/15 Pucang Gading  
Telp./ HP : 08985557002  
Alamat e-mail : tjahjaningpoerwati@edu.unisbank.ac.id

PENGALAMAN PENELITIAN			
Tahun	Judul Penelitian	Sumber Dana	Jumlah
2014	Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Keuangan Pada Bank BUMN di Indonesia	Unisbank Semarang	3.000.000,-

PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT			
Tahun	Kegiatan	Sumber Dana	Jumlah
2014	Pelatihan Penyusunan Studi Kelayakan Usaha Bagi Kelompok UMKM Desa Mandiri Sokaraja Banyumas	Unisbank Semarang	1.500.000,-
2015	Pelatihan Penyusunan Studi Kelayakan Usaha Bagi UMKM	Unisbank Semarang	1.500.000,-

Semarang, 28 April 2019

(Rr. Tjahjaning Poerwati, SE., MSi., Ak., CA.)

### 3. Anggota Peneliti 3:

#### IDENTITAS DIRI

Nama : Andi Kartika, SE., MM., Ak., CA.  
NIP/NIDN : Y.2.98.11.112 / 0607027302  
Tempat dan Tanggal Lahir : Pati, 7 Pebruari 1973  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Pangkat / Golongan : Pembina / IVA  
Jabatan Fungsional : Lektor Kepala  
Alamat Rumah : Perum Griya Sekar Gading C/7 Semarang  
Telp./ HP : 024-8507858 – 085865621609  
Alamat e-mail : andikartika@edu.unisbank.ac.id

#### PENGALAMAN PENELITIAN

Tahun	Judul Penelitian	Sumber Dana	Jumlah
2017	Pengaruh Internal Cash Flow, Insider Ownership, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Kesempatan Investasi dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Capital Expenditure	Unirvesitas Stikubank	3.000.000,-
2017	Analisis Pengaruh Tingkat inflasi, jumlah pengusaha kena pajak, nilai tukar rupiah dan suku bunga SBI terhadap penerimaan pajak pertambahan nilai di kota semarang tahun 2010 – 2015	Unirvesitas Stikubank	3.000.000,-
2017	Pengaruh DPK, Kewajiban penyediaan modal minimum, NPF, ROA, dan LDR terhadap pembiayaan (Studi pada Bank Umum Syariah yang terdaftar di BEI 2011 – 2015	Unirvesitas Stikubank	3.000.000,-
2016	Pengaruh turn over intention dan komitmen organisasiterhadap penerimaan perilaku audit disfungsional di tinjau dari teori perilaku direncana	Unirvesitas Stikubank	3.000.000,-
2016	Pengaruh komisaris independen, komite audit, kepemilikan institusional, ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap tindakan pajak agresif (studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI)	Unirvesitas Stikubank	3.000.000,-
2015	Faktor-faktor yang mempengaruhi struktur modal	Unirvesitas Stikubank	3.000.000,-
2015	Komitmen organisasi memoderasi pengaruh karakteristik individu terhadap penerimaan perilaku audit disfungsional (studi empiris auditor KAP di Indonesia	Unirvesitas Stikubank	3.000.000,-
2015	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat perilaku wajib pajak untuk menggunakan e filling	Unirvesitas Stikubank	3.000.000,-

#### PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Tahun	Kegiatan	Sumber Dana	Jumlah
-------	----------	-------------	--------

2016	Pelatihan Penyusunan Rencana Kerja Koperasi	Unirvesitas Stikubank	1.500.000,-
2016	Manajemen Risiko Bagi Koperasi	Unirvesitas Stikubank	1.500.000,
2015	Pelatihan Pengawas Bagi Pengawas Koperasi di Balatkop Semarang	Unirvesitas Stikubank	1.500.000,
2015	Peningkatan Kapasitas Organisasi Kelompok Belajar Usaha (KBU) Batik dan Jahit PKBM Tunas Mulia Desa Nongko Sawit Kecamatan Gunungpati Kota Semarang	Unirvesitas Stikubank	1.500.000,
2015	Pelatihan Manajemen Keuangan Bagi Koperasi dan UMKM	Unirvesitas Stikubank	1.500.000,

Semarang, April 2019  
Yang Menyatakan,

Andi Kartika, SE., MM., Ak., CA.  
NIDN.: 0607027302

IDENTITAS DIRI

Nama : Andi Kartika  
 NPM : 0607027302  
 Tanggal dan Tanggal lahir : Semarang, 24 September 1995  
 Jenis Kelamin : Perempuan  
 Agama : Islam  
 Pendidikan Terakhir : FEB / Semarang  
 Alamat Rumah : Jl. Koberdajo RT 7 RW 7 Semarang  
 No. HP : 08139678022  
 Email : andikartika@gmail.com



#### 4. Mahasiswa

##### IDENTITAS DIRI

Nama : Ilham Iftakukhoiri  
NIM : 17.05.52.0140  
Tempat dan Tanggal Lahir : Semarang, 01 Oktober 1999  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Jabatan : Mahasiswa  
Fakultas/Progdi : FEB / Akuntansi  
Alamat Rumah : Jl. Palir Sejahtera IX/407 Semarang  
Telp./ HP : 08580092538  
Alamat e-mail : [marsmellow1234@gmail.com](mailto:marsmellow1234@gmail.com)

Semua keterangan yang tercantum dalam biodata adalah benar, dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, Mei 2019  
Yang Menyatakan,

Ilham Iftakukhoiri

#### 5. Mahasiswa

##### IDENTITAS DIRI

Nama : Luth Fiana Afifatiningsih  
NIM : 17.05.52.0142  
Tempat dan Tanggal Lahir : Semarang, 29 September 1999  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Jabatan : Mahasiswa  
Fakultas/Progdi : FEB / Akuntansi  
Alamat Rumah : Jl. Kebonharjo RT7 / RW 7 Semarang  
Telp./ HP : 081390780022  
Alamat e-mail : [luthfianaafifa@gmail.com](mailto:luthfianaafifa@gmail.com)

Semua keterangan yang tercantum dalam biodata adalah benar, dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, Mei 2019  
Yang Menyatakan,

Luth Fiana Afifatiningsih