LAPORAN PENELITIAN

PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* SEBAGAI VARIABEL MODERATOR PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2016-2018

TIM PENELITI :

KRISNANDO, SE.,M.Ak	NIDN 0313037101
Prof.Dr. MUSRIL ZAHARI	NIDN 0002065601
Drs. JASWANDI SALIM, MBA	NIDN 0007125806
RAHMAT YULIANSYAH, SE.,M.Ak	NIDN 0305076902
BAYU PRATAMA, SE.,M.Ak	NIDN 0309038703
BAGUS STYOKO PURWO, SE.,M.Ak	NIDN 0304118601

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2020

HALAMAN PENGESAHAN
LAPORAN KEGIATAN PENELITIAN

Judul	: **Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan *corporate social responsibility* sebagai variabel moderator pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2016-2018**	
Ketua Tim Peneliti	: KRISNANDO, SE.,M.Ak	NIDN 0313037101
Anggota Tim	:	
1. Nama	: Prof.Dr. MUSRIL ZAHARI	NIDN 0002065601
2. Nama	: Drs.JASWANDI SALIM, MBA	NIDN 0007125806
3. Nama	: RAHMAT YULIANSYAH, SE.,M.Ak	NIDN 0305076902
4. Nama	: BAYU PRATAMA, SE.,M.Ak	NIDN 0309038703
5. Nama	: BAGUS STYOKO PURWO, SE.,M.Ak	NIDN 0304118601
Lokasi Penelitian	:	
Luaran yang Dihasilkan	:	
Biaya Total	: Rp 3.500.000,-	
- STEI	: Rp 3.500.000,-	
- Sumber lain (.....)	:	

Jakarta, 28 April 2021
Ketua Tim Peneliti,

(KRISNANDO, SE.,M.Ak)
NIDN 0313037101

Menyetujui
Kepala Bagian Penelitian,

(Drs.Hasbi Saleh, Ak.,CA)
NIDN 0327076101

Mengetahui
Wakil Ketua IV,

(Drs. Jusuf Hariyanto, MSc)
NIDN 0325036001

PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* SEBAGAI VARIABEL MODERATOR PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2016-2018

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan *corporate social responsibility* sebagai variabel moderator pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif pendekatan kuantitatif, yang diukur dengan *software Eviews* 10. Populasi dalam penelitian ini adalah Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018. Sampel ditentukan berdasarkan metode *purposive sampling,* dengan sampel sebanyak 46 perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia pada periode 2016-2018 sehingga total observasi sebanyak 138 observasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data sekunder. Teknik pengambilan data menggunakan metode dokumentasi melalui situs resmi IDX: www.idx.co.id.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilia perusahaan. (2) CSR sebagai variabel moderasi mampu memperkuat pengaruh profitabilitas (ROA) terhadap

nilai perusahaan.
Kata Kunci : *Return On Asset,* Nilai Perusahaan, *Corporate Social Responsibility*

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL i

HALAMAN PENGESAHAN ii

ABSTRAK iii

DAFTAR ISI iv

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1. Latar Belakang 1

1.2. Rumusan Masalah 7

1.3. Tujuan Penelitian 8

1.4. Manfaat Penelitian 8

BAB II KAJIAN PUSTAKA 10

1. Penelitian Terdahulu 10

2.2. Landasan Teori 13

2.2.1. Teori Persinyalan *(Signalling Theory)* 13

2.2.2. Profitabilitas 14

2.2.2.1. Pengertian Profitabilitas 14
2.2.2.2. Tujuan Rasio Profitabilitas 15
2.2.2.3. Jenis-Jenis Rasio Profitabilitas 15
2.2.3. Nilai Perusahaan 18
2.2.3.1. Pengertian Nilai Perusahaan 18
2.2.3.2. Jenis-Jenis Nilai Perusahaan 19
2.2.3.3. Pengukuran Nilai Perusahaan 20
2.2.4. *Corporate Social Resposibility* (CSR) 22
2.2.4.1. Sejarah *Corporate Social Responsibility* 22
2.2.4.2. Pengertian CSR 22
2.2.4.3. Prinsip *Corporate Social Responsibility* 23
2.2.4.4. Tujuan Perusahaan Melakukan CSR 24
2.2.4.5. Manfaat dan Fungsi *Corporate Social Responsibility* 25
2.2.4.6. Keuntungan CSR terhadap Perusahaan 27
2.2.4.7. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* 29
2.3. Hubungan Antar Variabel 32
2.3.1. Hubungan *Return On Assets* (ROA) terhadap Nilai Perusahaan 32
2.3.2. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Memoderasi Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan 32
2.4. Kerangka Pemikiran 34

BAB III METODE PENELITIAN 35
3.1. Strategi Penelitian 35
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian 35
3.2.1. Populasi Penelitian 35
3.2.2. Sampel Penelitian 35
3.3. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel 38
3.3.1. Variabel Penelitian 38
3.3.2. Defenisi Operasional Variabel 38
3.3.2.1. Profitabilitas (Variabel X) 38

3.3.2.2. Nilai Perusahaan (Variabel Y) 39
3.3.2.3. *Corporate Social Responsibility* (Variabel Z) 39
3.4. Jenis dan Sumber Data 39
3.5. Metode Pengumpulan Data 40
3.6. Metode Analisis Data 40
3.6.1. Statistik Deskriptif 40
3.6.2. Estimasi Model Regresi Data Panel 41
3.6.2.1. *Common Effect Model* 41
3.6.2.2. *Fixed Effect Model* 41
3.6.2.3. *Random Effect Model* 41
3.6.3. Metode Pemilihan Model Regresi Data Panel 42
3.6.3.1. Uji *Chow* 42
3.6.3.2. Uji *Hausman* 42
3.6.3.3. Uji *Lagrange Multiplier* 43
3.6.4. Uji Regresi Data Panel 43
3.6.5. Uji Hipotesis 44
3.6.5.1. Uji Parsial (t) 44
3.6.5.2. Koefisien Determinasi (R^2) 44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 45
4.1. Gambaran Umum Sektor Manufaktur 45
4.2. Analisis Data 45
4.2.1. Analisis Statistik Deskriptif 45
4.2.2. Estimasi Model Regresi Data Panel 46
4.2.2.1. *Common Effect Model* (CEM) 47
4.2.2.2. *Fixed Effect Model* (FEM) 48
4.2.2.3. *Random Effect Model* (REM) 49
4.2.3. Pemilihan Model Regresi Data Panel 50
4.2.3.1. Uji Chow *(Common Effect vs Fixed Effect Model)* 50
4.2.3.2. Uji Hausman *(Random Effect Model vs Fixed Effect Model)* 51
4.2.3.3. Uji Lagrange Multiplier *(Common*

Effect Model vs Random Effect Model) 52
4.3. Kesimpulan Model 53
4.4. Uji Hipotesis 54
4.4.1. Analisis Regresi Data Panel 54
4.4.2. Uji Parsial (t) 55
4.4.3. Koefisien Determinasi (R^2) 56
4.5. Interpretasi Hasil Penelitian 56
4.5.1. Pengaruh *Return On Asset* terhadap Nilai Perusahaan 57
4.5.2. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Hubungan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan 58

BAB V KESIMPULAN 59
5.1. Kesimpulan 59
5.2. Saran 59
5.3. Keterbatasan Penelitian dan Pengembangan Penelitian 60

DAFTAR REFERENSI 61
LAMPIRAN 65

BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam era globalisasi saat ini, begitu banyak perusahaan yang muncul dan berkembang di Indonesia, dan hal ini mampu untuk meningkatkan perekonomian Indonesia dalam mencapai ekonomi yang stabil. Perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur, jasa maupun dagang saling bersaing untuk dapat bertahan dan menjadi yang terbaik. Perusahaan-perusahaan ini didirikan dengan tujuan utamanya adalah untuk mencari keuntungan. Tujuan lain didirikannya perusahaan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan, dimana nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham.

Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan suatu perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi, dan meningkatkan kepercayaan pasar, tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa yang akan datang. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan tujuan utama perusahaan. Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi yang sesuai dengan keinginan para pemiliknya, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan maka kesejahteraan para pemilik juga akan meningkat (Riadi, 2017).

Fenomena yang terjadi terkait dengan nilai perusahaan yang diambil dari Kontan.co.id oleh Aloysius Brama (2019) adalah PT. Ultra Jaya Milk Industry & Trading Company Tbk (ULTJ) tercatat mengalami penurunan laba sepanjang tahun 2018 lalu. Berdasarkan laporan keuangan yang mereka rilis, laba perusahan yang memproduksi susu UHT itu turun tipis sekitar 1,46%

menjadi Rp 697 miliar. Padahal di tahun 2017, laba perusahaan ini mencapai Rp 708 miliar. Berbeda dengan labanya, pendapatan ULTJ justru mengalami kenaikan cukup signifikan.

Pada tahun 2017, perusahaan ini meraih pendapatan sebesar Rp 4,8 triliun. Sedangkan di tahun selanjutnya, pendapatan ULTJ naik menjadi Rp 5,4 triliun atau sekitar 12,5%.

General Manajer Publik Relation ULTJ Muhammad Muthassawar menjelaskan bahwa kenaikan pendapatan yang tidak diikuti oleh kenaikan laba itu disebabkan oleh beberapa hal seperti kenaikan *cost of goods* atau harga pokok penjualan. Kenaikan HPP menjadi terbebani karena *direct materials* kami juga naik," tutur Azwar kepada Kontan, Kamis (18/4). Selain HPP, kenaikan juga terjadi pada pos *expenses* seperti pengeluaran *selling* dan *marketing*, serta pengeluaran *general administrative*. Meski begitu, rencana bisnis ULTJ tak akan kendur sedikitpun. Tahun lalu, ULTJ tetap akan melakukan ekspansi dan sudah menyiapkan *capital expenditure* dari kasnya sendiri. Namun ketika ditanya berapa *capital expenditure* yang disiapkan, Azwar sendiri tidak mau menyebutkannya. "Kami akan gunakan untuk perluasan pabrik hingga penambahan kapasitas mesin untuk memproduksi susu,' ungkapnya.

Dengan usaha itu, Azwar menargetkan perusahaan dapat mengalami pertumbuhan baik laba maupun pendapatan sebesar 10% hingga 15%. Bila itu terealisasi maka potensi laba yang bisa diraih oleh ULTJ adalah sekitar Rp 800 miliar dengan potensi raihan pendapatan sebesar Rp 6,2 triliun. Hingga berita ini ditulis, sejak awal tahun pergerakan saham ULTJ sendiri memang kurang menggairahkan. Tercatat, saham emiten makanan-minuman ini mengalami penurunan hingga 9,26% dan menempatkannya di level 1.225. Demikian juga menurut Rajab (2017), apabila kemampuan persahaan untuk menghasilkan laba meningkat, maka harga saham juga akan meningkat.

Kebijakan yang diambil manajemen dalam upaya peningkatan

kemakmuran pemegang saham membuat investor berkepentingan dengan analisis nilai perusahaan, sebab analisis nilai perusahaan akan memberikan kebermanfaatan informasi kepada investor dalam menilai prospek perusahaan di masa depan dalam menghasilkan keuntungan. Bagi perusahaan yang memiliki nilai perusahaan yang baik akan memberikan sinyal yang positif terhadap naiknya harga saham (Wijaya Putra, 2014).

Indikator yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rasio Tobin's Q. Tobin's Q atau disebut Q ratio diperkenalkan pertama kali oleh James Tobin pada tahun 1969. James Tobin adalah ekonomi Amerika yang berhasil meraih nobel di bidang ekonomi dengan mengajukan hipotesis bahwa nilai pasar suatu perusahaan seharusnya sama dengan biaya penggantian aktiva perusahaan tersebut sehingga menciptakan keadaan ekuilibrium.

Tobin's Q dihitung dengan membandingkan rasio nilai pasar saham perusahaan dengan nilai buku ekuitas perusahaan. Alasan penggunaan rasio Tobin's Q dalam penelitian ini adalah karena rasio-q merupakan ukuran yang lebih teliti tentang seberapa efektif manajemen memanfaatkan sumber-sumber daya ekonomis dalam kekuasaannya. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, karena dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham yang tinggi pula (Ariasih & Yadnyana, 2018).

Salah satu faktor yang memengaruhi nilai perusahaan merupakan profitabilitas. Menurut *Kasmir (2015:22)*, profitabilitas adalah rasio untuk menilai kemampuan perusahaan untuk mecari keuntungan atau laba dalam satu periode tertentu. Rasio ini juga dapat memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen perusahaan yang dapat di tunjukkan dari laba yang di peroleh dari penjualan atau dari pendapatan investasi. Menurut Rajab (2017) profitabilitas dapat mencerminkan keuntungan dari investasi keuangan, artinya profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena sumber internal yang semakin besar. Semakin baik

pertumbuhan profitabilitas perusahaan berarti prospek perusahaan dimasa depan dinilai baik, artinya nilai perusahaan juga akan semakin baik dimata investor.

Salah satu cara mengukur rasio profitabilitas adalah dengan menggunakan *Return On Assets* (ROA). *Return On Asset* atau dalam bahsa indonesia sering dikenal dengan tingkat pengembalian aset. Dapat dikatakan bahwa satu-satunya tujuan aset perusahaan adalah menghasilkan keuntungan atau laba bagi perusahaan itu sendiri (Ardiyanto, 2019). *Return On Asset* adalah rasio untuk mengukur tingkat efisiensi kegiatan operasional perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari penggunaan aset perusahaan (Ayu dan Suarjaya, 2017: 115). Semakin tinggi nilai ROA maka semakin efisien penggunaan aset perusahaan dalam menghasilkan laba bersih yang lebih besar sehingga posisi perusahaan akan dinilai semakin baik.

Menurut Sunaryo, dkk. (2018), pertumbuhan ROA akan memberikan sinyal positif kepada pasar bahwa perusahaan dapat menjamin kesejahteraan investor melalui tingkat *return* investasi yang tinggi. Pertumbuhan ROA juga dapat meyakinkan investor bahwa perusahaan mempunyai prospek pertumbuhan yang baik. Investor akan termotivasi untuk meningkatkan transaksi permintaan saham sehingga akan berdampak pada kenaikan harga saham dan peningkatan nilai perusahaan.

Dalam meningkatkan nilai perusahaan, lingkungan perusahaan dituntut untuk tidak hanya memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi saja, tetapi juga dapat membantu memecahkan permasalahan terkait resiko dan ancaman terhadap keberlanjutan (*sustainability*) dalam lingkungan sosial maupun lingkungan (GRI, 2006). Maka dari itu, perusahaan harus menetapkan strategi untuk memberikan gambaran perusahaan yang baik kepada pihak eksternal dengan dilakukannya program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dengan melakukan program *corporate social responsibility* perusahaan dapat meningkatkan

modal pemegang saham, nama baik perusahaan dan kelangsungan hidup jangka panjang perusahaan (Handayani & Martha, 2019).

Di Indonesia sendiri belakangan ini banyak terdapat berbagai konflik industri seperti kerusakan alam akibat eksploitasi alam yang berlebihan tanpa diimbangi dengan perbaikan lingkungan ataupun keseimbangan alam dan lingkungan sekitar seperti adanya limbah ataupun polusi pabrik yang sangat merugikan lingkungan sekitarnya.

Dalam hal ini perusahaan manufaktur memiliki kontribusi yang cukup besar dalam masalah-masalah seperti polusi, limbah, keamanan produk dan tenaga kerja. Ini disebabkan karena perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang paling banyak menggunakan sumberdaya alam dan manusia disekitar lokasi perusahaan. Dari semua industri yang ada, salah satu yang mempunyai resiko yang tinggi akan pelanggaran terhadap kelestarian lingkungan, keselamatan tenaga kerja serta keamanan akan produk yang diperdagangkan adalah perusahan manufaktur sektor industri dasar dan kimia karena dilihat dari kegiatan produksinya perusahaan manufaktur pada sektor ini mau tidak mau akan menghasilkan limbah produksi dan hal ini berhubungan erat dengan masalah pencemaran lingkungan, dan juga proses produksi yang dilakukan perusahaan manufaktur sekor ini juga mengharuskan mereka untuk memiliki tenaga kerja bagian produksi dan ini erat kaitannya dengan masalah keselamatan kerja. Maka dari itu, keberadaan perusahaan ikut berperan penting dalam memajukan suatu masyarakat sekitar untuk mewujudkan kesejahteraan, untuk itu para pelaku bisnis memiliki tuntutan perilaku (etika bisnis) untuk dapat membedakan mana yang boleh dan tidak boleh dilakukan.

Dalam pemenuhannya, perusahaan tidak hanya mengutamakan profit dalam tujuan perusahaan, akan tetapi pemberdayaan masyarakat sekitar juga harus menjadi tujuan bagi perusahaan. Perusahaan dianggap sebagai lembaga yang dapat memberikan keutungan bagi masyarakat sekitar, seperti memberikan lapangan pekerjaan, menyediakan barang yang dibutuhkan masyarakat untuk dikonsumsi ataupun digunakan. Dari

situlah, masyarakat dan investor akan melihat citra baik dari perusahaan tersebut, sehingga akan dapat meningkatkan profit atau keuntungaan bagi perusahaan serta meningkatkan nilai perusahaan.

Secara umum, perusahaan memiliki tanggung jawab sosial atau yang disebut dengan *Corporate Social Responsibility*. Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan salah satu bagian dari strategi bisnis perusahaan dalam jangka panjang. *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah suatu konsep bahwa organisasi, khususnya perusahaan adalah memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan seperti terhadap masalah-masalah yang berdampak pada lingkungan seperti polusi, limbah, keamanan produk dan tenaga kerja. *Corporate Social Responsibility* tidak hanya terbatas pada konsep pemberian bantuan dana kepada lingkungan sosial, namun juga bagaimana perusahaan memperlakukan karyawannya dengan tidak mendiskriminatif, menjaga hubungan baik dengan pemasok.

Tanggung jawab sosial perusahaan pada dasarnya juga tarkait dengan budaya perusahaan yang dipengaruhi oleh etika perusahaan yang bersangkutan. Budaya tersebut terbentuk dari setiap individu anggota perusahaan dan biasanya dibentuk oleh sistem di dalam setiap perusahaan. Sistem perusahaan khususnya alur dominasi para pemimpin yang memegang peranan penting dalam pembentukan budaya perusahaan, pemimpin perusahaan dengan motivasi yang kuat dalam etikanya yang mengarah pada kemanusiaan akan dapat memberikan nuansa budaya perusahaan secara keseluruhan (Azzaqun, 2014).

Selain bertanggung jawab dalam melaksanakan CSR, perusahaan juga bertanggung jawab dalam laporan tahunan (*annual report*). Pelaporan ini bertujuan untuk memenuhi atas transparansi dan akuntabilitas dari perusahaan kepada pemangku kepentingan atas pelaksanaan kegiatan tanggung jawab sosialnya. Semakin banyak CSR yang diungkapkan dalam laporan tahunan maka perusahaan dianggap mempunyai peringkat tinggi

dalam bertanggung jawab secara sosial, begitu juga sebaliknya semakin sedikit CSR yang diungkapkan maka perusahaan dianggap tidak bertanggung jawab secara sosial.

Pada tahun 2007, pemerintah Indonesia mengeluarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, adapun isi Undang-Undang tersebut yang berkaitan dengan CSR, adalah pada pasal 74 ayat 1 di Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 yang berbunyi " Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan", dari ayat tersebut jelas bahwa pengungkapan CSR wajib dilakukan oleh setiap perusahaan maupun perseroan. Jika tidak dilakukan, maka akan ada sanksi untuk perusahaan maupun perseroan tersebut sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Beberapa penelitian terdahulu telah mencoba meneliti mengenai pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, sebagian berpengaruh secara positif dan sebagian tidak berpengaruh, hal itu menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Penelitian yang dilakukan oleh Beureukat (2018) menyatakan bahwa profitabilitas (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, CSR berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan dan CSR sebagai variabel moderasi mampu memperkuat pengaruh profitabilitas (ROA) terhadap nilai perusahaan. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Ariasih & Yadnyana (2018), menujukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, tetapi *Corporate Social Responsibility* memperlemah pengaruh profitabilitas pada nilai perusahaan.

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Atmaja & Astika (2018) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif pada nilai perusahaan, dan CSR tidak dapat memediasi pengaruh profitabilitas. Sedangkan, Handayani & Martha (2019) menunjukkan bahwa profitabilitas (*Return On Asset*) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai

perusahaan dan CSR memperkuat pengaruh ROA secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang dan penelitian-penelitian sebelumnya yang di mana, ada beberapa variabel yang masih menunjukkan hasil yang berbeda, bahkan bertentangan dengan hasil penelitian satu dengan lainnya. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018.

1.2. Rumusan Masalah

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

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2016-2018?
2. Apakah *Corporate Social Responsibility* mempengaruhi hubungan profitabilitas dengan nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2016-2018?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat atau

kegunaan sebagai berikut:

1. Bagi Investor

   Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai alat bantu dalam mempertimbangkan keputusan investasi di suatu perusahaan.

2. Bagi Perusahaan

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk perusahaan, khususnya mengenai pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel moderator dan menjadi informasi bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan serta dalam *Corporate Social Responsibility.*

3. Bagi Masyarakat

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan himbauan sebagai pengontrol atas perilaku perusahaan dan semakin meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh.

4. Bagi Akademik

   Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan ilmu pengetahuan dan tambahan referensi mengenai pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai pemoderasi. Selain itu menjadi tambahan informasi terhadap per selanjutnya untuk melihat bagaimana pengaruh CSR dalam me perusahaan.

BAB II
KAJIAN PUSTAKA

3. Penelitian Terdahulu

Dalam sebuah penelitian, sangat dibutuhkan penelitian terdahulu sebagai bahan pertimbangan atau alat ukur atas hasil penelitian. Sehingga referensi tersebut diharapkan dapat menjadi pembanding keakuratan dan kejelasan dalam penelitian yang akan dilakukan peneliti.

Penelitian yang dilakukan Beureukat (2018) melakukan penelitian dengan judul pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan *corporate social responsibility* sebagai variabel *moderating*. Penelitian dilakukan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014-2016. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *purposive random sampling*. Hasil analisis data dengan menggunakan *Moderated Regression Analysis* (MRA), dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa profitabilitas (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, CSR berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan CSR sebagai variabel moderasi mampu memperkuat pengaruh profitabilitas (ROA) terhadap nilai perusahaan.

Penelitian oleh Dewi & Wirawati (2018) dengan judul pengaruh profitabilitas pada nilai perusahaan dengan *corporate social responsibility sebagai* variabel *intervening.* Penelitian ini dilakukan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016. Metode penentuan sampel yang digunakan adalah menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan yaitu uji *Path Analysis* (analisis jalur). Hasil dari penelitian tersebut menyimpulkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh positif pada nilai perusahaan. Sedangkan variabel CSR tidak berpengaruh pada nilai perusahaan. Variabel profitabilitas berpengaruh positif pada pengungkapan CSR, tetapi penelitian ini tidak ditemukannya peran CSR memediasi pengaruh profitabilitas pada nilai perusahaan.

Ayu & Suarjaya (2017) melakukan penelitian dengan judul pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan *corporate social responsibility* sebagai variabel mediasi. Populasi yang diteliti yaitu perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2010-2014. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik sampling jenuh. Penelitian ini menggunakan metode *observasi non partisipan* yang diambil dari data laporan tahunan dan laporan keuangan

perusahaan. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*). Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan profitabilitas terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap CSR. Profitabilitas dan CSR terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas secara signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan melalui CSR. Hasil tersebut menunjukkan bahwa CSR dapat memediasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Handayani dan Martha (2019) dengan judul penelitian pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan *corporate social responsibility* sebagai variabel moderating. Populasi penelitian adalah semua perusahaan sektor keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada akhir periode pengamatan, yaitu 2017. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Tes ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Return On Asset* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, *Return On Equity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, CSR memperkuat pengaruh ROA secara signifikan terhadap nilai perusahaan, dan CSR secara signifikan memperkuat pengaruh ROE pada nilai perusahaan.

Pramana & Mustanda (2016) melakukan penelitian dengan judul pengaruh profitabilitas dan *size* terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel pemoderasi. Penelitian ini dilakukan selama periode penelitian yaitu tahun 2011-2013 dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah uji nilai selisih mutlak. Hasil penelitian tersebut menunjukan bahwa profitabilitas, ukuran perusahaan, dan CSR secara parsial berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dimana profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif sedangkan CSR berpengaruh negatif. Selain itu diperoleh hasil bahwa profitabilitas secara signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan secara signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara signifikan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan serta

CSR mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, namun tidak mampu memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Malino & Wirawati (2017) dengan judul pengaruh profitabilitas dan kepemilikan manajerial pada nilai perusahaan dengan pengungkapan csr sebagai variabel pemoderasi. Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan periode pengamatan 2013 – 2015. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non probability* dengan teknik *purposive sampling* yaitu dengan menggunakan kriteria tertentu untuk pemilihan sampel. Teknik analisis data penelitian ini menggunakan *Moderated Regression Analysis* (MRA). Berdasarkan hasil penelitian ini ditemukan bahwa profitabilitas terbukti memiliki pengaruh positif pada nilai perusahaan. kepemilikan manajerial terbukti memiliki pengaruh negatif pada nilai perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian tersebut ditemukan juga bahwa *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel pemoderasi mampu memperkuat hubungan profitabilitas pada nilai perusahaan. *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel pemoderasi terbukti tidak mampu mempengaruhi hubungan kepemilikan manajerial pada nilai perusahaan.

Raningsih & Artini (2018) melakukan penelitian dengan judul pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan *corporate social responsibility* sebagai variabel moderasi. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia pada periode 2013 -2016. Penentuan sampel menggunakan metode *nonprobabilitas* dengan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi moderasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. CSR ekonomi dan sosial memperlemah pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, sedangkan CSR Lingkungan tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Menurut JongSeo, *et.al* (2015) dalam penelitian yang berjudul *A*

Study on Relationbetween Corporate Social Responsibility and Profitability -and-Corporate Value. Penelitian ini menggunakan analisis korelasi dan analisis regresi. Hasil dari analisis ini adalah berpengaruh positif signifikan antara kinerja CSR yang diukur dengan indeks KEJI dan profitabilitas perusahaan (ROA) dan nilai perusahaan (q Tobin).

Kiran *et.al.*, (2015) dalam penelitiannya yang berjudul *corporate social responsibility and firm profitability: a case of oil and gas sector of Pakistan*. Data sampel mencakup 10 perusahaan sektor Minyak & Gas, yang terdaftar di bursa efek Karachi untuk periode 2006-2013. Data dikumpulkan dari laporan tahunan perusahaan-perusahaan ini. Variabel dalam penelitian ini meliputi, pengeluaran CSR perusahaan, laba bersih, margin laba bersih, dan total aset. Uji yang dilakukan adalah uji korelasi dan regresi. Hasil penelitian menunjukkan korelasi positif antara CSR dan laba bersih dan margin laba bersih di sisi lain korelasi negatif ditemukan antara CSR dan total aset, tetapi dampak yang tidak signifikan dari kegiatan CSR pada profitabilitas perusahaan.

2.2. Landasan Teori

2.2.1. Teori Persinyalan (*Signalling Theory*)

Menurut Brigham dan Houston (2014:184), menyatakan bahwa *signalling theory* adalah cara pandang pemegang saham tentang peluang perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan di masa yang akan datang, dimana informasi tersebut diberikan oleh manajemen perusahaan kepada para pemegang saham. Tindakan tersebut dilakukan oleh perusahan guna memberikan isyarat kepada pemegang saham atau investor mengenai manajemen perusahaan dalam melihat prospek perusahaan kedepannya sehingga dapat membedakan perusahaan berkualitas baik dan perusahaan berkualitas buruk.

Signalling theory menekan pada pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap keputusan investasi pihak di luar perusahaan. Informasi tersebut merupakan suatu unsur yang sangat

penting untuk investor dan pelaku bisnis. Menurut Jogiyanto (2014), informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan *signal* bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Jika pengumuman informasi tersebut dianggap sebagai *signal* baik, maka investor akan tertarik untuk melakukan perdagangan saham, dengan demikian pasar akan bereaksi yang tercermin melalui perubahan dalam volume perdagangan saham (Suwardjono, 2010).

Salah satu jenis informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan yang dapat menjadi *signal* bagi pihak di luar perusahaan adalah laporan tahunan. Informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan dapat berupa informasi akuntansi yaitu informasi yang berkaitan dengan laporan keuangan ataupun laporan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan.

2.2.2. Profitabilitas

2.2.2.1. Pengertian Profitabilitas

Profitabilitas atau disebut juga dengan rentabilitas adalah rasio yang menunjukkan laba yang diperoleh sebuah perusahaan dalam periode tertentu (Kasmir, 2016:196).

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dan mengukur tingkat efisiensi operasional dan eflsiensi dalam menggunakan harta yang dimilikinya (Dewi dan Wirawati, 2018).

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya perusahaan untuk menghasilkan laba bagi investor. Profitabilitas dianggap penting karena profitabilitas sebagai indikator dalam mengukur kinerja keuangan suatu perusahaan sehingga dapat dijadikan acuan untuk menilai perusahaan (Sastrawan, 2016).

Rasio profitabilitas mengukur efektifitas manajemen berdasarkan hasil pengembalian yang diperoleh dari penjualan dan investasi. Profitabilitas juga mempunyai arti penting dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan untuk jangka panjang, karena

profitabilitas menunjukkan apakah perusahaan tersebut mempunyai prospek yang baik dimasa yang akan datang atau tidak.

Dengan demikian, setiap perusahaan akan selalu berusaha meningkatkan profitabilitasnsya karena semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan maka kelangsungan hidup badan usaha tersebut akan lebih terjamin. Profitabilitas merupakan salah satu dasar penilaian kondisi perusahaan. Oleh karena itu, dibutuhkan suatu alat analisis untuk bias menilainya. Alat analisi yang dimaksud adalah rasio-rasio keuangan.

2.2.2.2. Tujuan Rasio Profitabilitas

Menurut Kasmir (2015:187), tujuan profitabilitas untuk perusahaan ataupun pihak luar adalah:

1. Menghitung atau mengukur keuntungan yang diperoleh perusahaan untuk satu periode tertentu.
2. Menilai posisi laba perusahaan di tahun sebelumnya dan tahun saat ini.
3. Menghitung pertumbuhan laba dari waktu ke waktu.
4. Menilai jumlah dari laba bersih sesudah pajak dengan modal.
5. Mengukur produktivitas selauruh modal perusahaan yang digunakan baik berupa modal pinjaman maupun modal sendiri.
6. Dll.

2.2.2.3. Jenis-Jenis Rasio Profitabilitas

Berikut ini adalah jenis-jenis rasio yang ada dalam rasio profitabilitas yang lazim digunakan dalam praktek untuk mengukur keampuan perusahaan dlam menghasilkan laba menurut Investopedia (2019) adalah:

a. *Return On Asset* (ROA)

   Return on Assets atau dalam bahasa Indonesia sering disebut dengan Tingkat Pengembalian Aset adalah rasio profitabilitas yang menunjukan persentase keuntungan (laba bersih) yang diperoleh perusahaan sehubungan dengan keseluruhan sumber daya atau rata-

rata jumlah aset. Dengan kata lain, *Return on Assets* atau sering disingkat dengan ROA adalah rasio yang mengukur seberapa efisien suatu perusahaan dalam mengelola asetnya untuk menghasilkan laba selama suatu periode (Kho, 2018).

Menurut Kasmir (2014:201) *Return On Asset* adalah rasio yang menunjukkan hasil return atas jumlah aktiva yang digunanakn dalam perusahaan. Selain itu, ROA memberikan ukuran yang lebih baik atas profitabilitas perusahaan karena menunjukkan efektivitas manajemen dalam menggunakan aktiva untuk memperoleh pendapatan.

Rasio ini cukup penting bagi pihak manajemen perusahaan untuk mengevaluasi dan menilai efektivitas dan efisiensi dari manajemen perusahaan dalam mengelola semua asset perusahaan. Selain itu, ROA bisa membantu manajemen dan investor untuk menilai seberapa baik perusahaan mampu mengkonversikan investasinya ketika menjadi sebuah keuntungan.

Hasil pengembalian atas aset merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi aset dalam menciptakan laba bersih. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Menurut Kasmir (2014:202), ROA dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$$

Semakin tinggi hasil pegembalian atas aset berarti semakin tinggi pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Sebaliknya, semakin rendah hasil pengembalian aset berarti semakin rendah pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset.

b. *Return On Equity* (ROE)

Return on Equity Ratio yang biasanya disingkat dengan ROE adalah rasio profitabilitas yang mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dari investasi pemegang saham di perusahaan tersebut. Dengan kata lain, ROE ini menunjukkan seberapa banyak keuntungan yang dapat dihasilkan oleh perusahaan dari setiap satu rupiah yang diinvestasikan oleh para pemegang saham (Kho, 2019).

Bagi pemegang saham, rasio ini cukup penting untuk mengetahui efektivitas dan efisiensi dari pengelolaan modal yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan, karena return on equity ini memperlihatkan seberapa banyak laba yang bisa didapatkan oleh perusahaan dari setiap 1 rupiah uang yang diinvestasikan oleh para pemegang saham.

Hasil pengembalian atas ekuitas merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi ekuitas dalam menciptakan laba bersih. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total ekuitas. Menurut Kasmir (2015:204), rumus untuk mencari *Return on Equity* (ROE) dapat digunakan sebagai berikut:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih setelah Pajak}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Semakin tinggi hasil pegembalian atas ekuitas berarti semakin tinggi pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total ekuitas. Sebaliknya, semakin rendah hasil pengembalian atas ekuitas berarti semakin rendah pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total ekuitas.

c. *Profit Margin Ratio*

Menurut Kasmir (2016: 199), *Profit margin ratio* merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan penjualan yang dicapai perusahaan. *Profit Margin Ratio* dibedakan menjadi 3 macam, yaitu:

1. *Net Profit Margin* (NPM), mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bersih dari penjualan yang dilakukan perusahaan.

   Dengan kata lain rasio ini mengukur keuntungan dengan membandingkan amtara laba bersih setelah bunga dan pajak dengan penjualan perusahaan.
2. *Operating Profit Margin* (OPM), mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba operasi (laba sebelum bunga dan pajak) dengan penjualan yang dicapai.
3. *Gross Profit Margin* (GPM), mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba kotor dengan penjualan yang dilakukan.

Ketiga rasio ini secara umum selalu menjadi perhatian investor, karena secara dasar dianggap sudah sah mempresestatifkan analisis awal tentang suatu kondisi perusahaan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti, rasio yang akan digunakan adalah rasio *Return On Asset* (ROA).

2.2.3. Nilai Perusahaan

2.2.3.1. Pengertian Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini. Meningkatkan nilai perusahaan adalah sebuah prestasi yang sesuai dengan keinginan para pemiliknya, karena dengan meningkatkan nilai perusahaan, maka kesejahetraan para pemilik juga akan meningkat (Wahyuni, 2018).

Menurut Irham Fahmi (2015:82) nilai perusahaan adalah rasio nilai pasar yang menggambarkan kondisi yang terjadi di pasar. Rasio ini mampu memberi pinjaman bagi pihak manajemen perusahaan terhadap kondisi penerapan yang akan dilaksanakan dan dampaknya pada masa yang akan datang.

Menurut Agus Sartono (2016:9) nilai perusahaan adalah tujuan memaksimumkan kemakmuran pemegang saham dapat ditempuh dengan memaksimumkan nilai sekarang atau *present value* semua keuntungan pemegang saham akan meningkat apabila harga saham yang dimiliki meningkat.

Dari defenisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan merupakan kinerja perusahaan yang dikaitkan dengan harga saham suatu perusahaan. Jika harga saham tinggi, maka semakin tinggi pula nilai suatu perusahaan.

Seperti yang diungkapkan oleh Retno dan Pratinah (2012) bahwa penilaian investor terhadap perusahaan dapat diamati melalui pergerakan harga saham perusahaan yang ditransaksikan dibursa untuk perusahaan *go public*. Nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham. Untuk pencapaian nilai perusahaan umumnya para pemodal menyerahkan pengelolaannya kepada para professional, yang diposisikan sebagai manajer ataupun komisaris.

1.2.2.1. Jenis-Jenis Nilai Perusahaan

Menurut Yulius & Tarigan (2007:3), terdapat lima jenis nilai perusahaan berdasarkan metode perhitungan yang digunakan, antara lain:

1. Nilai Nominal

   Nilai nominal adalah nilai yang tercantum secara formal dalam anggaran dasar perseroan, disebutkan secara eksplisit dalam neraca perusahaan dan juga ditulis secara jelas dalam surat saham kolektif.

2. Nilai Pasar

   Nilai pasar sering juga disebut kurs. Kurs adalah harga yang

terjadi dari proses tawar-menawar di pasar saham. Nilai ini hanya bisa ditentukan jika saham perusahaan dijual di pasar saham.

3. Nilai Intrinsik

   Nilai intrinisik adalah konsep paling abstrak karena mengacu kepada perkiraan nilai riil suatu perusahaan. Nilai perusahaan dalam konsep nilai intinsik ini bukan sekedar harga dari sekumpulan aset, melainkan nilai perusahaan sebagai entitas bisnis yang memiliki kemampuan menghasilkan keuntungan dikemudian hari.

4. Nilai Buku

   Nilai buku merupakan nilai perusahaan yang dihitung dengan dasar konsep akuntansi. Secara sederhana dihitung dengan membagi selisih antar total aset dan total utang dengan jumlah saham yang beredar.

5. Nilai Likuidasi

   Nilai likuidasi adalah nilai jual seluruh aset perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban yang harus dipenuhi. Nilai likuidasi dapat dihitung dengan cara yang sama dengan menghitung nilai buku, yaitu berdasarkan neraca perfoma yang disiapkan ketika suatu perusahaan akan dilikuidasi.

2.2.3.3. Pengukuran Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan bisa diukur dengan harga saham menggunakan rasio yang disebut rasio penilaian. Rasio penilaian ini memberikan informasi seberapa besar masyarakat menghargai perusahaan, sehingga masyarakat tertarik untuk membeli saham dengan harga lebih tinggi dibandingkan nilai bukunya. Berikut beberapa untuk mengukur nilai perusahaan menurut Weston dan Copelan (2004) dalam Manis (2018), diantaranya yaitu:

1. *Price Earning Ratio* (PER)

   Price Earning Ratio (PER) menunjukkan berapa banyak jumlah uang yang rela dikeluarkan investor untuk membayar setiap dolar laba

yang dilaporkan. Rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar perbandingan antara harga saham perusahaan dengan keuntungan yang diperoleh pemegang saham.

Price earning ratio (PER) berfungsi untuk mengukur perubahan kemampuan laba yang diharapkan di masa yang akan datang. Semakin besar PER, maka semakin besar kemungkinan perusahaan untuk tumbuh sehingga bisa meningkatkan nilai perusahaan. Berikut Rumus untuk mengukur *price earning ratio* (PER):

$$PER = \frac{Market\ \ Pr\ ice\ \ Per\ \ Share}{Earning\ \ \ Per\ \ Share}$$

2. *Price to Book Value* (PBV)

Price to Book Value (PBV) adalah rasio yang menunjukkan apakah harga saham yang diperdagangkan *overvalued* (di atas) atau *undervalued* (di bawah) nilai buku saham. Semakin besar rasio *Price to Book Value* (PBV) semakin tinggi perusahaan dinilai oleh para pemodal relatif dibandingkan dengan dana yang telah ditanamkan di perusahaan. Berikut rumus untuk mengukur *Price to Book Value* (PBV):

$$PBV = \frac{Market\ \ Pr\ ice\ \ Per\ \ Share}{Book\ \ Value\ \ Per\ \ Share}$$

3. Tobin's Q

Salah satu alternatif yang digunakan dalam mengukur nilai perusahaan adalah dengan menggunakan Tobin's Q. Tobin's Q ini dikembangkan oleh proffesor James Tobin. Rasio ini merupakan konsep yang sangat berharga karena menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari setiap dollar investasi *incremental*. Tobin's Q dihitung dengan membandingkan rasio nilai pasar saham perusahaan dengan nilai buku ekuitas perusahaan. Rumus Tobin's Q, yaitu:

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

Keterangan:

Q = Nilai Perusahaan

EMV = Nilai Pasar Ekuitas
(*closing price* saham × jumlah saham yang beredar)

D = Nilai Buku dari Total Hutang

EBV = Nilai Buku dari Total Ekuitas
(total aset – total kewajiban)

Dalam penelitian ini, variabel nilai perusahaan diukur dengan menggunakan Tobin's Q, model ini pertama kalinya dikembangkan oleh James Tobin. Investor membutuhkan informasi *Tobin's Q* untuk mengetahui apakah perusahaan dalam kondisi tumbuh, tidak tumbuh (stagnan) atau bahkan menurun, sehingga mereka dapat memutuskan apa yang harus dilakukan dalam kondisi tersebut.

2.2.4. *Corporate Social Resposibility* (CSR)

2.2.4.1. Sejarah *Corporate Social Responsibility*

Menurut Jhon Hardi (2016), sejarah *Corporate Social Responsibility* di Indonesia adalah sebagai berikut:

Di Indonesia, istilah CSR dikenal pada tahun 1980-an. Namun semakin populer digunakan sejak tahun 1990-an. Sama seperti sejarah munculnya CSR di dunia dimana istilah CSR muncul ketika kegiatan CSR sebenarnya telah terjadi. Misalnya bantuan bencana alam, pembagian Tunjangan Hari Raya (THR), beasiswa dll. Melalui konsep investasi sosial perusahaan "seat belt" yang dibangun pada tahun 2000-an. Sejak tahun

2003 Departemen Sosial tercatat sebagai lemabaga pemerintah yang selalu aktif dalam mengembangkan konsep CSR dan melakukan advokasi kepada berbagai perusahaan nasional. Dalam hal ini departemen sosial merupakan pelaku awal kegiatan CSR di Indonesia.

Setelah tahun 2007 tapatnya Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang kewajiban Perseroan Terbatas keluar, hampir semua perusahaan Indonesia telah melakukan program CSR, meski lagi-lagi kegiatan itu masih berlangsung pada tahap cari popularitas dan keterikatan peraturan pemerintah. Misalnya, masih banyak perusahaan yang jika memberikan bantuan maka sang penerima bantuan harus menempel poster perusahaan ditempatnya sebagai tanda bahwa ia telah menerima bantuan dari perusahaan tersebut.

2.2.4.2. Pengertian CSR

Pengertian *corporate social responsibility* menurut para ahli yaitu sebagai berikut:

Menurut *The World Business Council for Suistanable Development* dalam Hartini (2015) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan karyawan perusahaan, keluarga karyawan perusahaan tersebut, berikut komunitas setempat (lokal) dan masyarakat secara keseluruhan dalam rangka meningkatkan kualitas hidup.

Hadi (2011:47) CSR merupakan suatu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi, yang dibarengi dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan berikut keluarganya, serta sekaligus peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih luas.

Rudito dan Femiola (2013:1), CSR pada dasarnya adalah sebuah kebutuhan bagi korporat untuk dapat berinteraksi dengan komunitas lokal

sebagai bentuk masyarakat secara keseluruhan. Kebutuhan korporat untuk beradaptasi dan guna mendapatkan keuntungan sosial dari hubungannya dengan komunitas lokal, sebuah keuntungan sosial berupa kepercayaan.

Gassing (2016:163) mengemukakan bahwa *corporate social responsibility* didefenisikan sebagai komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahtraan komunitas melalui praktik bisnis yang baik dan mengkontribusikan sebagian sumber daya perusahaan.

Dari defenisi-defenisi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa *corporate social responsibility* adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai rasa tanggung jawab terhadap lingkungan sosial atas kegiatan produksi yang dilakukan oleh organisasi dimana perusahaan tersebut beroperasi.

2.2.4.3. Prinsip *Corporate Social Responsibility*

Prinsip-prinsip dasar tanggung jawab sosial yang menjadi acuan bagi pelaksanaan yang menjadi informasi dalam pembuatan keputusan dalam kegiatan tanggung jawab sosial menurut ISO 26000 meliputi:

1. Akuntabilitas
2. Transparansi
3. Perilaku yang beretika
4. Menghormati stakeholder dan kepentingannya
5. Kepatuhan terhadap hukum
6. Meghormati norma-norma perilaku internasional
7. Menghormati dasar-dasar hak asasi manusia

Hadi (2014:59) mengemukakan 3 prinsip tentang CSR, yaitu :

1. *Sustainability*, merupakan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktifitasnya, dan tetap memperhitungkan keberlanjutan sumber daya manusia di masa mendatang.
2. *Accountability,* merupakan upaya perusahaan untuk

bertanggungjawab atas aktifitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas diperlukan, ketika aktifitas perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal.

3. *Transparency,* merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal. Transparansi berhubung dengan pelaporan aktifitas perusahaan berikut dampak terhadap pihak eksternal.

2.2.4.4. Tujuan Perusahaan Melakukan CSR

Menurut Nurbaiti dan Bambang (2017), setidaknya terdapat tiga alasan penting mengapa perusahaan harus melakukan CSR, berikut alasan -alasan tersebut:

1. Perusahaan merupakan bagian dari masyarakat dan oleh karena itu wajar bila perusahaan memperhatikan kepentingan masyarakat. Perusahaan harus menyadari bahwa mereka beroperasi dalam satu tatanan lingkungan masyarakat. Kegiatan sosial berfungsi sebagai kompensasi atau upaya timbal balik atas penguasaan sumber daya alam atau sumber daya ekonomi oleh perusahaan yang kadang bersifat ekspansif dan eksploratif, disamping sebagai kompensasi sosial karena timbul ketidaknyamanan pada masyarakat.
2. Kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat simbiosis mutualisme. Untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat, setidaknya izin untuk melakukan operasi yang sifatnya kultural. Wajar bila perusahaan juga dituntut untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat, sehingga bisa tercipta harmonisasi hubungan bahkan pendongkrakakn citra dan performa perusahaan.
3. Kegiatan CSR merupakan salah satu cara untuk meredam atau bahkan menghindarkan konflik sosial. Potensi konflik itu bisa berasal akibat dari dampak operasional perusahaan atau akibat kesenjangan struktural dan ekonomis yang timbul antara masyarakat dengan komponen perusahaan.

Menurut Hadi 2014:156, tujuan CSR diantaranya yaitu :

1. Aktualisasi tanggung jawab perusahaan terhadap kesehjahteraan masyarakat dan pengembangan masyarakat.
2. Menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat dan lingkungan sekitar.
3. Implementasi perusahaan terhadap visi dan misi yang telah ditetapkan.
4. Tanggung jawab terhadap pemegang saham.
5. Membangun image perusahaan.
6. Komitmen perusahaan mengembangkan pembangunan keberlanjutan.

2.2.4.5. Manfaat dan Fungsi *Corporate Social Responsibility*

Dalam ISO 26000 ada beberapa manfaat CSR bagi perusaan, antara lain :

1. Mendorong lebih banyak informasi dalam pengambilan keputusan berdasarkan peningkatan pemahaman terhadap ekpetasi masyarakat, peluang jika kita melakukan CSR (termasuk manajemen risiko hukum yang lebih baik) dan risiko jika tidak bertanggung jawab secara rasional.
2. Meningkatkan praktek pengelolaan risiko dari organisasi.
3. Meningkatkan reputasi organisasi dan menumbuhkan kepercayaan publik yang sangat besar.
4. Meningkatkan daya saing organisasi.
5. Meningkatkan hubungan organisasi dengan para *stakeholder* dan kapasitasnya untuk inovasi, melalui pasaran perspektif baru dan kontak dengan para *stakeholder*.
6. Meningkatkan loyalitas dan semangat kerja karyawan. Meningkatkan keselamatan dan kesehatan baik karyawan laki-laki maupun perempuan dan berdampak positif pada kemampuan oragnisasi merekrut, memotivasi dan mempertahankan karyawan.
7. Memperoleh penghematan terkait dengan peningkatan produktivitas dan efisiensi sumber daya, konsumsi air dan energi yang lebih rendah, mengurangi limbah, dan meningkatkan ketersediaan bahan baku.
8. Meningkatkan keandalan dan keadilan transaksi melalui keterlibatan

politik yang bertanggung jawab, persaingan yang adil, dan tidak adanya korupsi.

9. Mencegah atau mengurangi potensi konflik dengan konsumen tentang produk dan jasa.
10. Memberikan kontribusi terhadap kelangsungan jangka panjang organisasi dengan mempromosikan keberlanjutan sumber daya alam dan jasa lingkungan.
11. Kontribusi kepada masyarakat dan untuk memperkuat masyarakat umum dan lembaga.

Begitu juga menurut Radyati (2014:19), manfaat yang dapat dirasakan oleh perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan Citra Perusahaan

   Dengan melakukan kegiatan CSR, konsumen dapat lebih mengenal perusahaan sebagai perusahaan yang selalu melakukan kegiatan yang baik bagi masyarakat.

2. Memperkuat "*Brand*" Perusahaan

   Melalui kegiatan memberikan *product knowledge* kepada konsumen dengan cara membagikan produk secara gratis, dapat menimbulkan kesadaran konsumen akan keberadaan produk perusahaan sehingga dapat meningkatkan posisi *brand* perusahaan.

3. Mengembangkan Kerja Sama dengan Para Pemangku Kepentingan

   Dalam melaksanakan kegiatan CSR, perusahaan tentunya tidak mampu mengerjakan sendiri, maka harus dibantu oleh para pemangku kepentingan, seperti pemerintah daerah, masyarakat, dll. Maka perusahaan dapat membuka relasi yang baik dengan para pemangku kepentingan tersebut.

4. Membedakan Perusahaan dengan Pesaingnya

   Jika CSR dilakukan sendiri oleh perusahaan, perusahaan mempunyai kesempatan untuk menonjolkan keunggulan komparatifnya sehingga dapat membedakannya dengan pesaing yang

menawarkan produk atau jasa yang sama.

5. Menghasilkan Inovasi dan Pembelajaran untuk Meningkatkan Pengaruh Perusahaan

   Memilih kegiatan CSR yang sesuai dengan kegiatan utam perusahaan memerlukan kreativitas. Merencanakan CSR secara konsisten dan berkala dapat memicu inovasi dalam perusahaan yang pada akhirnya dapat meningkatkan posisi dan peran perusahaan dalam bisinis.

6. Membuka Akses untuk Investasi dan Pembiayaan bagi Perusahaan

   Para investor sekarang ini sudah mempunyai kesadaran akan pentingnya berinvestasi pada perusahaan yang telah melakukan CSR. Demikian juga penyedia dana, seperti perbankan, mereka lebih mengutamakan pemberian bantuan dana pada perusahaan yang melakukan CSR.

7. Meningkatkan Harga Saham

   Jika perusahaan rutin melakukan CSR yang sesuai dengan bisnis utamanya dan melakukan dengan konsisten dan rutin, masyarakat bisnis (investor, kreditur, dll.), pemerintah, akademisi, maupun konsumen akan mengenal perusahaan. Maka permintaan akan saham perusahaan naik dan otomatis harga saham perusahaan juga akan meningkat.

Adapun Manfaat CSR bagi masyarakat menurut Rangga (2019) antara lain:

1. Kesejahteraan masyarakat di sekitar perusahaan meningkat.
2. Adanya beasiswa bagi anak yang kurang mampu yang berada di sekitar lingkungan perusahaan.
3. Terdapat kegiatan sosial, seperti pembangunan fasilitas umum bagi masyarakat dilingkungan perusahaan.
4. Meningkatkan pemeliharaan terhadap fasilitas umum.

2.2.4.6. Keuntungan CSR terhadap Perusahaan

Berikut adalah beberapa yang akan diperoleh perusahaan yang menjalankan program CSR menurut Makaryo (2018):

1. Mendapatkan Lisensi Sosial Untuk Beroperasi

   Masyarakat adalah komunitas utama perusahaan. Secara etis mereka mendapatkan keuntungan dari perusahaan, maka dengan sendirinya mereka akan merasa memiliki perusahaan sendiri, oleh karena itu imbalan yang diberikan kepada perusahaan adalah fleksibilitas untuk menjalankan bisnis di wilayah ini.

2. Mereduksi Resiko Bisnis Perusahaan

   Di tengah kerumitan masalah perusahaan sangat penting bagi keberhasilan bisnis. Keputusan orang-orang dapat mengganggu kelancaran bisnis perusahaan. Sehingga pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial perusahaan Sebagai langkah awal untuk mencegah hubungan yang memburuk dengan pemangku kepentingan menginginkan perhatian.

3. Melebarkan Akses Sumber Daya

   Track records yang baik dan masuk akal dalam pengelolaan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dapat menjadi keunggulan kompetitif bagi perusahaan yang akan memfasilitasi desas-desus berkat sumber daya yang diinginkan perusahaan.

4. Membentangkan Akses Menuju Market

   Investasi yang disematkan untuk perusahaan ini Program Tanggung Jawab Sosial (CSR) akan menjadi awalan bagi perusahaan untuk peluang yang lebih besar. Termasuk di dalamnya membina loyalitas klien dan menembus pangsa pasar baru.

5. Mereduksi Biaya

   Banyak contoh seperti penghematan nilai yang akan dilakukan

dengan melakukan *corporate social responsibility* (CSR). Misal limbah pabrik olah raga ke dalam metode perakitan. Selain menghemat harga produksi, juga membantu membentuk barang dagang.

6. Memperbaiki Hubungan dengan Stakeholder

   Implementasi *corporate social responsibility* (CSR) perusahaan dapat memfasilitasi peningkatan frekuensi komunikasi dengan pemangku kepentingan, dimanapun komunikasi ini dapat meningkatkan pemangku kepentingan kepercayaan kepada perusahaan.

7. Memperbaiki Hubungan dengan Regulator

   Perusahaan yang menerapkan tanggung jawab sosial atau disingkat CSR ke perusahaan biasanya dapat meringankan beban pemerintah. Sebagai regulator yang benar-benar bertanggung jawab atas kesejahteraan lingkungan dan masyarakat.

8. Meningkatkan Semangat dan Produktivitas Karyawan

   Perusahaan yang baik di mata para pemangku (*stakeholders*) kepentingan dan juga kontribusi positif yang diberikan perusahaan kepada masyarakat dan juga pengaturannya, dapat menghasilkan kebanggaan tersendiri bagi pekerja yang beroperasi di perusahaan mereka karena itu dalam meningkatkan motivasi kerja mereka.

9. Peluang Mendapatkan Penghargaan

   Penghargaan atau *reward* yang diberikan kepada aktor tanggung jawab sosial perusahaan saat ini, dapat menambah perusahaan untuk penghargaan tersebut.

2.2.4.7. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Pengungkapan CSR biasanya dapat meningkatkan nilai perusahaan, sebab *stakeholder* menekankan bahwa perusahaan wajib

mengungkapkan informasi kegiatan CSR sebagai bentuk rasa tanggung jawab perusahaan terhadap pihak *stakeholder* yang terkena dampak dari keberadaan perusahaan tersebut (Ghozali, 2007). Pengungkapan CSR yang lebih luas dalam laporan tahunan merupakan sinyal positif yang diberikan perusahaan kepada *stakeholder* agar terjalin komunikasi yang baik di antara kedua pihak tersebut sehingga menimbulkan kepuasan dari *stakeholder*. Perusahaan yang dapat mempertahankan kepuasan dari stakeholder, maka perusahaan tersebut akan memperoleh penerimaan terhadap keberadaan perusahaan di tengah-tengah masyarakat. Perusahaan juga akan mendapatkan dukungan dan persetujuan dari *stakeholder* terhadap kebijakan yang di ambil dalam rangka meningkatkan nilai perusahaan (Ayu & Suarjaya, 2017).

Standar pengungkapan CSR di Indonesia merujuk pada standar yang dikembangkan oleh *Global Reporting Initiative* (GRI). Hardianto (2013) GRI merupakan jaringan berbasis organisasi yang telah menelopori perkembangan dunia menggunakan kerangka laporan berkelanjutan paling banyak dan berkomitmen untuk terus-menerus melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia. Standar GRI digagas oleh PBB lewat *Coalition for Environmentally Responsible Economices* (CERES) dan UNEP pada tahun 1997. Standar yang mengacu pada *Global Reporting Index* dari *Global Reporting Initiative* membagi indikator kinerja menjadi 3 komponen utama yaitu ekonomi, lingkungan hidup, dan sosial yang menyangkut hak asasi manusia, praktik ketenagakerjaan, masyarakat, dan tanggung jawab produk.

Berdasarkan standar GRI (2006) dalam Beureukat (2018), terdapat enam indikator pengungkapan CSR, yaitu sebagai berikut:

a. Indikator kinerja ekonomi (*economic performance indicator*)

   Keprihatinan dimensi ekonomis keberlanjutan yang terjadi akibat dampak organisasi terhadap kondisi perekonomian para pemegang kepentingan di tingkat sistem ekonomi lokal, nasional dan global.

b. Indikator kinerja lingkungan (*environment performance indicator*)

Dimensi lingkungan dari keberlanjutan yang mempengaruhi dampak organisasi terhadap sistem alami hidup dan tidak hidup, termasuk ekosistem tanah, air, dan udara. Indikator lingkungan meliputi kinerja yang berhubungan dengan input (misalnya: emisi, air limbah dan limbah). Sedangkan tambahan, indikator ini meliputi kinerja yang berhubungan dengan *biodiversity* (keanaekaragamanhayati), kepatuhan lingkungan, dan informasi relevan lainnya seperti pengeluaran biaya lingkungan, dan dampaknya terhadap produk dan jasa.

c. Indikator kinerja tenaga kerja (*labor practices performance indicator*)

Indikator ini menentukan bahwa organisasi harus melaporkan mengenai perekrutan dan turn over karyawan, imbalan kepada karyawan/ remenurasi, pelatihan-pelatihan mengenai keselamatan, dan pengembangan terhadap karir karyawan.

d. Indikator kinerja hak asasi manusia (*human rights performance indicator*)

Indikator kinerja hak asasi manusia menentukan bahwa organisasi harus melaporkan sejauh mana hak asasi manusia diperhitungkan dalam investasi dan praktek pemeliharaan *supplier*/kontraktor. Sebagai tambahan, indikator ini meliputi pelatihan mengenai hak asasi manusia bagi karyawan dan aparat keamanan, sebagaimana juga bagi nondiskriminasi, kebebasan berserikat, tenaga kerja anak, hak adat, serta kerja paksa, dan kerja wajib.

e. Indikator kinerja sosial (*social performance indicator*)

Indikator ini memperlihatkan dampak organisasi terhadap masyarakat dimana mereka beropersi, dan menjelaskan risiko dari interaksi dengan institusi sosial lainnya yang mereka kelola. Pada khususnya, informasi yang dicari berhubungan dengan risiko yang diasosiasikan dengan suap, korupsi, praktek monopoli, dan kolusi.

f. Indikator kinerja produk (*product responsibility performance indicator*)

Indikator ini membahas tentang aspek produksi dari organisasi pelapor serta jasa yang diberikan yang mempengaruhi pelanggan, terutama kesehatan dan keselamatan, informasi dan pelabelan, pemasaran dan privasi.

Menurut Hermawati, dkk., (2018), dengan CSR perusahaan diharapkan dapat meningkatkan perhatian terhadap lingkungan, kondisi tempat kerja, hubungan perusahaan masyarakat, investasi sosial perusahaan dan citra perusahaan di mata publik menjadi baik, meningkatkan kinerja keuangan perusahaan dan akses kapital. Dalam aktifitasnya setiap perusahaan akan beinteraksi dengan lingkungan sosialnya. Akibat dari interaksi itu menuntut adanya timbal balik antara perusahaan dan lingkungan sosialnya yang berimplikasi pada timbulnya dampak-dampak sosial atas kegiatan operasi perusahaan pada lingkungannya. Sepanjang perusahaan menggunakan sumber daya manusia dan komunitas yang ada, maka perusahaan memiliki tanggung jawab untuk menghasilkan profit dan mengembalikan sebagian profit tersebut bagi masyarakat.

2.3. Hubungan Antar Variabel

2.3.1. Hubungan Profitabilitas (ROA) terhadap Nilai Perusahaan

Return On Assets (ROA) merupakan salah satu rasio profitabilitas. Profitabilitas menunjukkan seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bagi investor dimana kemampuan tersebut akan menentukan seberapa baik perusahaan dimata investor dari segi keuangannya. *Return On Asset* mengukur tingkat laba terhadap aset yang digunakan dalam menghasilkan laba tersebut (Handayani dan Martha, 2019). *Return on Asset* menggambarkan kinerja keuangan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktiva yang digunakan untuk operasional perusahaan. Nilai perusahaan dapat dicapai melalui peningkatan kinerja keuangan perusahaan. Semakin tinggi ROA maka semakin efisien perusahaan tersebut menggunakan asetnya untuk

menghasilkan laba (Fermadi, dkk., 2015). Berdasarkan hal tersebut maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H_1 : *Return On Assets* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.3.2. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Memoderasi Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Disamping kinerja keuangan, yang akan dilihat investor sebelum memutuskan untuk berinvestasi dalam suatu perusahaan adalah adanya pengungkapan item CSR. CSR dalam laporan tahunan diharapkan akan menjadi nilai lebih yang akan menambah kepercayaan para investor bahwa perusahaan tersebut akan terus berkembang dan berkelanjutan (*sustainable*). Perusahaan yang peduli terhadap lingkungan dianggap lebih memperhatikan prospek kinerja perusahaan di masa depan sehingga akan dinilai positif oleh investor. Oleh sebab itu, perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi akan selalu berusaha untuk meningkatkan pengungkapan kegiatan sosial yang dilakukan oleh perusahaan sebagai usaha untuk meyakinkan investor bahwa perusahaan tidak hanya memperhatikan tujuan jangka pendek (*profit*), namun juga tujuan jangka panjang yaitu peningkatan nilai perusahaan.

Tanggung jawab sosial yang dimaksud adalah tanggung jawab moral terhadap masyarakat di mana perusahaan menjalankan kegiatannya, entah masyarakat dalam arti sempit seperti lingkungan di sekitar sebuah pabrik atau masyarakat luas (K. Bertens, 2009). Untuk meningkatkan nilai perusahaan, lingkungan perusahaan dituntut untuk menetapkan strategi, untuk memberikan gambaran perusahaan yang baik kepada pihak eksternal dapat dilakukan program CSR. Dengan melakukan program CSR perusahaan dapat meningkatkan modal pemegang saham, nama baik perusahaan dan kelangsungan hidup jangka panjang perusahaan (Hermawati, 2011).

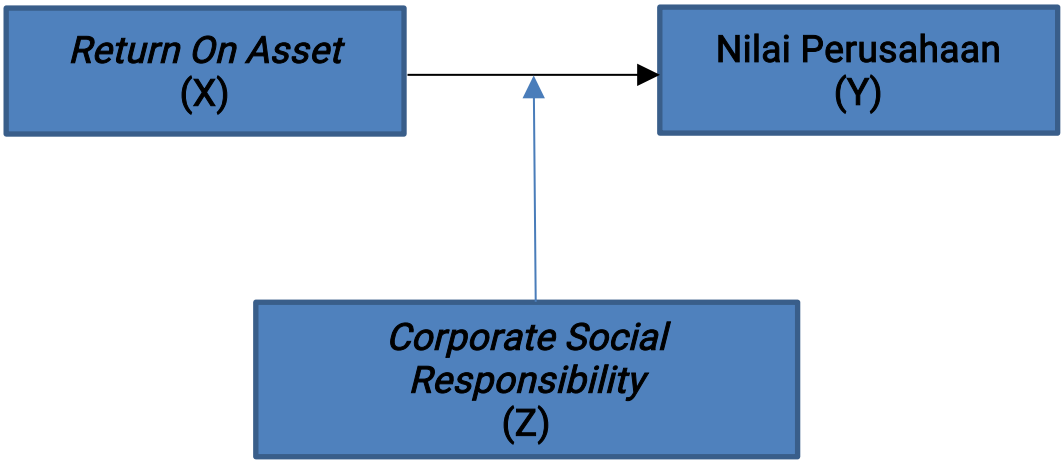
Tingginya kualitas CSR yang tertera dalam laporan tahunan dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Maka investor akan tertarik untuk berinvestasi di perusahaan tersebut. Berdasarkan hasil yang didapat, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H_2 : *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi mampu memperkuat pengaruh profitabilitas (ROA) terhadap nilai perusahaan.

2.4. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan, penelitian ini akan meneliti pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan *corporate social responsibility* sebagai variabel moderasi pada perusahaan yang terdaftar di BEI. Maka variabel yang terkait dalam penelitian ini dapat dirumuskan melalui suatu kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar 2.1.
Kerangka Penelitian



BAB III
METODE PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Strategi dalam penelitian ini menggunakan penelitian kausalitas. Penelitian kausalitas adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi, disini ada variabel yaitu, variabel independen (mempengaruhi) dan variabel dependen (dipengaruhi) (Sugiyono, 2017:8).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji apakah variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, dan melihat variabel moderasi memperkuat atau memperlemah pengaruh tersebut.

3.2. Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1. Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:80), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas atau karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016, 2017, 2018 yang berjumlah 164 perusahaan.

3.2.2. Sampel Penelitian

Sampel penelitian adalah bagian dari jumlah dan kateristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2017:81). Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Metode *purposive sampling* adalah metode penyempelan dengan berdasarkan pada kriteria tertentu (Chandrarin, 2017:127). Kriteria-kriteria peneliti dalam mengambil sampel secara *purposive sampling* dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang menyertakan laporan tahunan (*Annual Report*) pada periode 2016-2018 secara berturut-turut.
2. Perusahaan manufaktur yang melaporkan laporan keuangan yang berakhir tanggal 31 Desember dan dalam bentuk mata uang rupiah dan satuan penuh.
3. Perusahaan manufaktur yang menerbitkan pengungkapan CSR dalam laporan tahunannya.

Pemilihan sampel secara lebih rinci dpat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.1. Hasil *Purposive Sampling*

No	Kriteria Penetapan Sampel	Jumlah
1	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016-2018.	164
2	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI yang tidak menyajikan laporan tahunan.	45
3	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI yang tidak melaporkan laporan keuangan yang berakhir tanggal 31 Desember dan tidak menggunakan mata uang rupiah dalam satuan penuh.	73
4	Perusahaan manufaktur yang tidak menerbitkan pengungkapan CSR dalam laporan tahunannya.	0
	Perusahaan yang memiliki informasi lengkap sesuai kriteria.	**46**

Tabel 3.2. Daftar Perusahaan Manufaktur yang Dijadikan Sampel Penelitian

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1	ALMI	PT. Alumindo Light Metal Industry Tbk
2	ALTO	PT. Tri Banyan Tirta Tbk
3	AMIN	PT. Ateliers Mecaniques D'Indonesie Tbk
4	APLI	PT. Asiaplast Industries Tbk
5	ARNA	PT. Arwana Citra Mulia Tbk
6	BAJA	PT. Saranacentral Bajatama Tbk
7	BIMA	PT. Primarindo Asia Infrastructure Tbk
8	BTON	PT. Beton Jaya Manunggal Tbk

9	CEKA	PT. Cahaya Kalbar Tbk
10	CINT	PT. Chitose Internasional Tbk
11	EKAD	PT. Ekadharma International Tbk
12	ETWA	PT. Eterindo Wahanatama Tbk
13	IGAR	PT. Champion Pasific Indonesia Tbk
14	IMPC	PT. Impack Pratama Industri Tbk
15	INAI	PT. Indal Aluminium Industry Tbk
16	INCI	PT. Intan Wijaya International Tbk
17	INDS	PT. Indospring Tbk
18	KAEF	PT. Kimia Farma Tbk
19	KBLI	PT. KMI Wire & Cable Tbk
20	KBLM	PT. Kabelindo Murni
21	KBRI	PT. Kertas Basuki Rachmat Indonesia Tbk
22	KDSI	PT. Kedawung Setia Industrial Tbk
23	KIAS	PT. Keramika Indonesia Assosiasi Tbk
24	KICI	PT. Kedaung Indag Can Tbk
25	KLBF	PT. Kalbe Farma Tbk
26	LMPI	PT. Langgeng Makmur Industry Tbk
27	LMSH	PT. Lionmesh Prima Tbk
28	MBTO	PT. Martina Berto Tbk
29	PRAS	PT. Prima Alloy Steel Universal Tbk
30	RICY	PT. Ricky Putra Globalindo Tbk
31	ROTI	PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk
32	SIMA	PT. Siwani Makmur Tbk
33	SKBM	PT. Sekar Bumi Tbk
34	SPMA	PT. Suparma Tbk
35	SSTM	PT. Sunson Textile Manufacture Tbk
36	STAR	PT. Star Petrochem Tbk
37	TALF	PT. Tunas Alfin Tbk
38	TCID	PT. Mandom Indonesia Tbk
39	TIRT	PT. Tirta Mahakam Resources Tbk
40	TOTO	PT. Surya Toto Indonesia Tbk
41	TRIS	PT. Trisula International Tbk
42	TSPC	PT. Tempo Scan Pacific Tbk
43	UNIT	PT. Nusantara Inti Corpora Tbk
44	VOKS	PT. Voksel Electric Tbk
45	WIIM	PT. Wismilak Inti Makmur Tbk
46	WTON	PT. Wijaya Karya Beton Tbk

3.3. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

3.3.1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017:39). Pada penelitian ini variabel yang digunakan ada 3 jenis, yaitu variabel bebas (*independent*), variabel terikat (*dependent*) dan variabel moderasi.

1. Variabel *Independent* (Variabel X)

   Menurut Sugiyono (2016:39), Variabel *independent* yaitu variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependent* (terikat). Variabel *independent* dalam penelitian ini yaitu profitabilitas yang diukur dengan menggunakan ROA (*Return On Asset*).

2. Variabel *Dependent* (Variabel Y)

   Variabel *dependent* adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2016:39). Variabel *dependent* dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan.

3. Variabel Moderasi (Variabel Z)

   Variabel moderasi merupakan variabel yang mempengaruhi (memperkuat atau memperlemah) hubungan antara variabel *independent* dengan variabel *dependent* (Sugiyono, 2015:39). Variabel moderasi dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility.*

3.3.2. Defenisi Operasional Variabel

3.3.2.1. Profitabilitas (Variabel X)

Menurut Riadi (2017), profitabilitas merupakan kemampuan

perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aset maupun modal sendiri. Profitabilitas dalam penelitian ini diproksikan dengan *Return on Asset* (ROA). ROA menunjukkan perbandingan antara laba bersih perusahaan dengan total aset perusahaan.

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

3.3.2.2. Nilai Perusahaan (Variabel Y)

Menurut Riadi (2017), nilai perusahaan didefenisikan sebagai nilai pasar karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham meningkat. Nilai perusahaan dapat diukur dengan Tobin's Q.

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

Keterangan:

Q = Nilai Perusahaan
EMV = Nilai Pasar Ekuitas
(*closing price* saham × jumlah saham yang beredar)
D = Nilai Buku dari Total Hutang
EBV = Nilai Buku dari Total Ekuitas
(total aset – total kewajiban)

3.3.2.3. *Corporate Social Responsibility* (Variabel Moderasi)

Corporate Social Responsibility adalah kegiatan tanggung jawab sosial dari sebuah perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan hidup atas imbas dari kegiatan-kegiatan usahanya. Standar yang digunakan untuk menilai pengungkapan CSR adalah pengungkapan khusus dari *Global Initiative Reporting* G4 (GRI-G4) yang berjumlah 91 item, di mana GRI-G4 merupakan standar yang banyak digunakan oleh perusahaan seluruh dunia.

$$CSR = \frac{\text{Jumlah item yang diungkapkan}}{\text{Total jumlah item yang diungkapkan}} \times 100\%$$

3.4. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung memberikan data kepada penerima data melalui perantara (Sugiyono, 2017:137). Sumber data yang dijadikan sampel dalam penelitian ini diperoleh dari laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018 melalui website www.idx.co.id.

3.5. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi pustaka dan dokumentasi.

1. Studi Pustaka

   Teori diperoleh dari literatur, artikel, jurnal, dan hasil penelitian terdahulu. Metode ini digunakan untuk mempelajari dan memahami literatur-literatur yang memuat pembahasan yang berkaitan dengan penelitian.

2. Dokumentasi

   Metode dokumentasi dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data sekunder yang dipublikasikan oleh pemerintah yaitu Bursa Efek Indonesia berupa laporan keuangan dan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018.

3.6. Metode Analisis Data

Analisis data adalah kegiatan mengelompokkan data dan mantabulasi data berdasarkan variable, menyajikan data dari tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah,

dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2016:238). Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif yang diolah menggunakan *software Eviews 10*. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan data panel yaitu gabungan antara data runtut waktu (*time series*) dan data silang (*cross section*).

3.6.1. Statistik Deskriptif

Sugiyono (2016:147), statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Statistik digunakan untuk menganalisis suatu data yang dilihat dari *mean*, *median*, standar deviasi, nilai minimum, dan nilai maksimum.

3.6.2. Estimasi Model Regresi Data Panel

Data panel adalah gabungan antar data runtut waktu (*time series*) dan data silang (*cross section*) (Agus Tri Basuki, 2016:275). Data *time series* merupakan data yang terdiri atas satu atau lebih variabel yang akan diamati pada satu unit observasi dalam kurun waktu tertentu. Sedangkan data *cross section* merupakan data observasi dari beberapa unit observasi dalam satu titik waktu.

Menurut Agus Tri Basuki, 2016:276, dalam metode estimasi model regresi dengan menggunakan data panel dapat dilakukan melalui tiga, antara lain:

3.6.2.1. *Common Effect Model*

Model *common effect* merupakan pendekatan model data panel yang paling sederhana karena hanya mengombinasikan data *time series* dan *cross section* dalam bentuk *pool*. Pada model ini tidak diperhatikan dimensi waktu maupun individu, sehingga diasumsikan bahwa perilaku data perusahaan sama dalam berbagai kurun waktu.

3.6.2.2. *Fixed Effect Model*

Fixed effect model mengasumsikan bahwa perbedaan antar individu dapat diakomodasi dari perbedaan intersepnya, dimana setiap individu merupakan parameter yang tidak diketahui. Untuk mengestimasi data panel model *fixed effect* menggunakan teknik *variable dummy* untuk menangkap perbedaan intersep antar perusahaan. Model estimasi ini sering disebut dengan teknik *Least Squares Dummy Variable* (LSDV).

3.6.2.3. *Random Effect Model*

Model ini juga disebut dengan *Error Component Model* (ECM). Model ini akan mengestimasi data panel di mana variabel gangguan mungkin saling berhubungan antar waktu dan antar individu. Efek spesifik dari masing-masing individu diperlakukan sebagai bagian dari komponen *error* yang bersifat acak (*random*) dan tidak berkorelasi dengan variabel penjelas yang teramati. Model *random effect* memiliki keuntungan yaitu menghilangkan heteroskedastisitas.

3.6.3. Metode Pemilihan Model Regresi Data Panel

Dalam mengelola data panel terdapat beberapa pengujian yang dapat dilakukan untuk memilih model yang paling tepat, yaitu:

3.6.3.1. Uji Chow

Uji *Chow* merupakan pengujian untuk menentukan model *common effect* atau *fixed effect* yang paling tepat digunakan dalam mengestimasi data panel, pengujian ini dilakukan dengan program *Eviews 10.0*. Dasar kriteria penguji sebagai berikut:

1. Jika nilai probabilitas *(P-value)* untuk *cross section* F $\geq$ 0,05 (nilai signifikan) maka H_0 diterima, sehingga model yang paling tepat digunakan adalah *Common Effect Model* (CEM).
2. Jika nilai probabilitas *(P-value)* untuk *cross section* F $\leq$ 0,05 (nilai signifikan) maka H_0 ditolak, sehingga model yang paling tepat

digunakan adalah *Fixed Effect Model* (FEM).

Hipotesis yang digunakan adalah:

H_0 : *Common Effect Model* (CEM)

H_1 : *Fixed Effect Model* (FEM)

3.6.3.2. Uji *Hausman*

Uji Hausman adalah pengujian yang digunakan untuk memilih pendekatan terbaik antar model pendekatan *Random Effect Model* (REM) dengan *Fixed Effect Model* (FEM) dalam mengestimasi data panel. Dasar kriteria penguji sebagai berikut:

1. Jika nilai probabilitas *(P-value)* untuk *cross section random* $\geq$ 0,05 (nilai signifikan) maka H_0 diterima, sehingga model yang paling tepat digunakan adalah *Random Effect Model* (REM).
2. Jika nilai probabilitas *(P-value)* untuk *cross section random* $\leq$ 0,05 (nilai signifikan) maka H_0 ditolak, sehingga model yang tepat digunakan adalah *Fixed Effect Model* (FEM).

   Hipotesis yang digunakan adalah:

   H_0 : *Random Effect Model* (REM)

   H_1 : *Fixed Effect Model* (FEM)

3.6.3.3. Uji *Lagrange Multiplier*

Uji *lagrange multiplier* adalah pengujian yang digunakan untuk memilih pendekatan terbaik antara model pendekatan *Common Effect Model* (CEM) dengan *Random Effect Model* (REM) dalam mengestimasi data panel. *Random Effect Model* dikembangkan oleh *Breusch-pangan* yang digunakan untuk menguji signifikansi yang didasarkan pada nilai residual dari metode OLS. Dasar kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai *cross section Breusch-pangan* $\geq$ 0,05 (nilai signifikan) maka H_0 diterima, sehingga model yang paling tepat digunakan adalah *Common Effect Model* (CEM).
2. Jika nilai *cross section Breusch-pangan* < 0,05 (nilai signifikan) maka H_0 ditolak, sehingga model yang tepat digunakan adalah *Random*

Effect Model (REM).

Hipotesis yang digunakan adalah:

H_0 : *Common Effect Random* (CEM)

H_1 : *Random Effect Model* (REM)

3.6.4. Uji Regresi Data Panel

Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk melakukan uji regresi dengan variabel moderator adalah *Moderated Regression Analysis* (MRA). Berikut rumus persamaan MRA

$$NP = \alpha + \beta_1 ROA + \beta_2 CSR + \beta_3 ROA*CSR + e$$

Keterangan:

NP	: Nilai Perusahaan
α	: Konstanta
ROA	: Profitabilitas (*Return On Asset*)
CSR	: *Corporate Social Responsibility*
ROA*CSR	: Interaksi antara *Return On Asset* dengan *Corporate Social Responsibility*
β_1-β_3	: Koefisien regresi
e	: Error

3. Uji Hipotesis

3.6.5.1. Uji Parsial (t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* secara individual (parsial). Uji t dapat dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{table} (Ghozali, 2018:78). Pada tingkat signifikan 5% dengan kriteria penguji yang digunakan sebagai berikut:

1. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan *p-value* > 0.05 maka H_0 diterima dan H_1 ditolak yang artinya salah satu variabel bebas (*independent*) tidak mempengaruhi variabel terikat (*dependent*) secara signifikan.
2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan *p-value* < 0.05 maka H_1 diterima dan H_0 ditolak

yang artinya salah satu variabel bebas mempengaruhi variabel terikat secara signifikan.

3.6.5.2. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi R^2 pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependent (Ghozali, 2016: 95). Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel *independent* dalam menjelaskan variasi variabel *dependent* sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel *independent* memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel *dependent* (Ghozali, 2016: 95).

BAB IV
HASIL PENELITIAN

4.1. Gambaran Umum Sektor Manufaktur

Populasi yang diambil dalam penelitian ini merupakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan menggunakan data dari laporan keuangan serta laporan tahunan perusahaan manufaktur pada periode 2016-2018 yang diperoleh dari situs website resmi BEI yaitu www.idx.co.id. Data perusahaan manufaktur yang terdapat di BEI diperoleh dari website www.sahamok.com. Berdasarkan kriteria yang telah ditentukan, peneliti menemukan 46 perusahaan yang sesuai dengan kriteria.

Perusahaan manufaktur adalah jenis suatu badan usaha. Perbedaan manufaktur dengan lainnya adalah pekerjaannya yang menggunakan mesin, peralatan, serta tenaga kerja tertentu. Dalam proses pekerjaannya, perusahaan ini memiliki ciri khas yakni mengubah suatu bahan mentah menjadi sebuah barang jadi yang mempunyai nilai jual yang besar (Sugi, 2019). Pengertian manufaktur berdasarkan teknis adalah kegiatan pengolahan bahan mentah melalui proses kimia dan fisika dalam mengubah suatu bentuk, sifat, serta tampilan untuk membuat sebuah produk. Selain itu manufaktur sendiri mencakup mengenai perakitan berbagai bahan hingga menjadi suatu produk.

4.2. Analisis Data

4.2.1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan sejumlah data dari masing-masing variabel peneliti yaitu profitabilitas sebagai variabel *independent*, nilai perusahaan sebagai variabel *dependent*, dan *corporate social responsibility* sebagai variabel moderator. Statistik deskriptif akan memperlihatkan hasil dari nilai tertinggi (*maximum*), nilai terendah

(*minimum*), dan nilai rata-rata (*mean*) dan standar deviasi (*standard deviation*).

Berikut ini adalah hasil statistik dari masing-masing variabel di atas yang diteliti, yaitu:

Tabel 4.1. Hasil Statistik Deskriptif

	NP	ROA	CSR	ROA*CSR
Mean	1.230652	0.031716	0.161093	0.005827
Median	0.965000	0.035572	0.164835	0.005403
Maximum	4.930000	0.189156	0.395604	0.033375
Minimum	0.300000	-0.194882	0.021978	-0.036407
Std. Dev.	0.823954	0.067370	0.072959	0.011510
Observations	138	138	138	138

Sumber: Hasil Output Eviews 10

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa jumlah pengamatan yang diteliti sebanyak 138 pengamatan berdasarkan laporan keuangan periode 2016 sampai dengan 2018. Tabel diatas menggambarkan deskripsi dari masing-masing variabel secara statistik dalam penelitian ini.

1. Nilai perusahaan memiliki *mean* sebesar 1.230652 dengan standar deviasi sebesar 0.823954 serta nilai minimum sebesar 0.300000 dan nilai maksimum sebesar 4.930000.
2. ROA memiliki *mean* sebesar 0.031716 dengan standar deviasi sebesar 0.067370 serta nilai minimum sebesar -0.194882 dan nilai maksimum sebesar 0.189156.
3. CSR memiliki *mean* sebesar 0.161093 dengan standar deviasi sebesar 0.072959 serta nilai minimum sebesar 0.021978 dan nilai maksimum sebesar 0.395604.
4. Variabel interaksi antara ROA terhadap CSR memiliki *mean* sebesar 0.005827 dengan standar deviasi sebesar 0.011510 serta nilai minimum sebesar -0.036407 dan nilai maksimum sebesar 0.033375.

4.2.2. Estimasi Model Regresi Data Panel

Untuk mengetahui metode yang paling efisien dari ketiga model

regresi data panel yaitu *Common Effect Model* (CEM), *Fixed Effect Model* (FEM), dan *Random Effect Model* (REM), maka perlu diuji dari ketiga model tersebut dengan hasil sebagai berikut:

4.2.2.1. *Common Effect Model* (CEM)

Pada *common effect model* hanya menggabungkan antara *time series* dengan *cross section*. Pendekatan kuadrat terkecil atau *pooled least square* digunakan untuk mengestimasikan penggabungan tersebut dengan menggunakan pendekatan OLS (*Ordinary Least Square*). *Common effect model* tidak memperhatikan dimensi perusahaan maupun waktu, sehingga dapat diasumsikan bahwa perilaku antar perusahaan sama dalam berbagai kurun waktu. Berikut ini adalah hasil regresi data panel menggunakan *common effect model*:

Tabel 4.2. Hasil Regresi Data Panel Dengan *Common Effect Model*

Dependent Variable: NILAI_PERUSAHAAN
Method: Panel Least Squares
Date: 02/10/20 Time: 21:58
Sample: 2016 2018
Periods included: 3
Cross-sections included: 46
Total panel (balanced) observations: 138

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
ROA	-2.747491	3.159741	-0.869531	0.3861
CSR	1.062198	1.077915	0.985419	0.3262
ROA*CSR	41.45284	19.38715	2.138161	0.0343
C	0.905144	0.175524	5.156821	0.0000

R-squared	0.180608	Mean dependent var	1.230652
Adjusted R-squared	0.162263	S.D. dependent var	0.823954
S.E. of regression	0.754148	Akaike info criterion	2.302101
Sum squared resid	76.21103	Schwarz criterion	2.386949
Log likelihood	-154.8449	Hannan-Quinn criter.	2.336581
F-statistic	9.845294	Durbin-Watson stat	0.189809
Prob(F-statistic)	0.000007		

Sumber: Hasil Output Regresi Data Panel Eviews10

Berdasarkan hasil regresi dengan menggunakan *common effect*

model, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat nilai koefisien dan konstanta sebesar 0.905144, t-statistic sebesar 5.156821 dengan probabilitas sebesar 0.0000. Nilai koefisien ROA sebesar -2.747491, t-statistic sebesar -0.869531 dengan probabilitas sebesar 0.3861. Nilai koefisien CSR sebesar 1.062198, t-statistik sebesar 0.985419 dengan probabilitas sebesar 0.3262. Nilai koefisien interaksi ROA terhadap CSR sebesar 41.45284, t-statistic sebesar 2.138161 dengan probabilitas sebesar 0.0343.

4.2.2.2. *Fixed Effect Model* (FEM)

Fixed effect model mengasumsikan bahwa perbedaan antar individu dapat dilihat dari perbedaan intersepnya, walaupun intersepnya kemungkinan terdapat perbedaan, tetapi intersep antar individu tersebut tidsk bervariasi terhadap waktu (konstan). Berikut ini adalah hasil regresi data panel menggunakan *fixed effect model*:

Tabel 4.3. Hasil Regresi Data Panel dengan *Fixed Effect Model*

Dependent Variable: NILAI_PERUSAHAAN
Method: Panel Least Squares
Date: 02/10/20 Time: 21:59
Sample: 2016 2018
Periods included: 3
Cross-sections included: 46
Total panel (balanced) observations: 138

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
ROA	0.773356	2.388140	0.323832	0.7468
CSR	3.688009	1.588034	2.322374	0.0225
ROA*CSR	16.51493	15.29889	1.079485	0.2833
C	1.753062	0.257219	6.815436	0.0000
Effects Specification				
Cross-section fixed (dummy variables)				
R-squared	0.940260	Mean dependent var		1.230652
Adjusted R-squared	0.908040	S.D. dependent var		0.823954
S.E. of regression	0.249863	Akaike info criterion		0.335719

Sum squared resid	5.556400	Schwarz criterion	1.375106
Log likelihood	25.83541	Hannan-Quinn criter.	0.758100
F-statistic	29.18295	Durbin-Watson stat	2.107711
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: Hasil Output Regresi Data Panel Eviews10

Berdasarkan hasil regresi dengan menggunakan *fixed effect model*, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat nilai koefisien dan konstanta sebesar 1.753062, nilai t-statistic sebesar 6.815436 dengan probabilitas sebesar 0.0000. Nilai koefisien ROA sebesar 0.773356, t-statistic sebesar 0.323832 dengan probabilitas sebesar 0.7468. Nilai koefisien CSR sebesar 3.688009, t-statistik sebesar 2.322374 dengan probabilitas sebesar 0.0225. Nilai koefisien interaksi antara ROA terhadap CSR sebesar 16.51493, t-statistic sebesar 1.079485 dengan probabilitas sebesar 0.2833.

4.2.2.3. *Random Effect Model* (REM)

Random effect model akan mengestimasikan data panel dimana variabel gangguan mungkin saling berhubungan antar waktu dan antar individu. Pada model ini, intersep dilihat oleh *error term* masing-masing perusahaan dan diasumsikan bahwa *error terms* akan selalu ada dan mungkin berkorelasi sepanjang *time series* dan *cross section*. Berikut ini adalah hasil regresi data panel menggunakan *random effect model*:

Tabel 4.4. Hasil Regresi Data Panel dengan *Random Effect Model*

Dependent Variable: NILAI_PERUSAHAAN
Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)
Date: 02/10/20 Time: 21:59
Sample: 2016 2018
Periods included: 3
Cross-sections included: 46
Total panel (balanced) observations: 138
Swamy and Arora estimator of component variances

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
ROA	1.341237	2.214135	2.605761	0.0457
CSR	1.845591	1.154010	2.732742	0.0450

ROA*CSR	23.57754	14.07132	2.675574	0.0362
C	1.272029	0.213533	5.957054	0.0000
Effects Specification				
			S.D.	Rho
Cross-section random			0.727737	0.8945
Idiosyncratic random			0.249863	0.1055
Weighted Statistics				
R-squared	0.097688	Mean dependent var		0.239294
Adjusted R-squared	0.377486	S.D. dependent var		0.265832
S.E. of regression	0.255325	Sum squared resid		8.735593
F-statistic	4.835769	Durbin-Watson stat		1.391071
Prob(F-statistic)	0.003153			
Unweighted Statistics				
R-squared	0.108106	Mean dependent var		1.230652
Sum squared resid	82.95437	Durbin-Watson stat		0.146488

Sumber: Hasil Output Regresi Data Panel Eviews10

Berdasarkan hasil regresi dengan menggunakan *random effect model*, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat nilai koefisien dan konstanta sebesar 1.272029, nilai t-statistic sebesar 5.957054 dengan probabilitas sebesar 0.0000. Nilai koefisien ROA sebesar 1.341237, t-statistic sebesar 2.605761 dengan probabilitas sebesar 0.0457. Nilai koefisien CSR sebesar 1.845591, t-statistik sebesar 2.732742 dengan probabilitas sebesar 0.0450. Nilai koefisien interaksi antara ROA terhadap CSR sebesar 23.57754, t-statistic sebesar 2.675574 dengan probabilitas sebesar 0.0362.

4.2.3. Pemilihan Model Regresi Data Panel

Langkah dalam menentukan model yang terbaik antara ketiga model persamaan yaitu *Common Effect Model* (CEM*), Fixed Effect Model* (FEM), dan *Random Effect Model* (REM), maka perlu diuji dari ketiga model tersebut dengan menggunakan regresi data panel dengan hasil sebagai berikut:

4.2.3.1. Uji *Chow* (*Common Effect vs Fixed Effect Model*)

Uji chow digunakan untuk memilih antara *common effect model* dengan *fixed effect model*. Dasar pengambilan keputusan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut (Winarno, 2015:252):

a. Jika nilai probabilitas *(P-value)* untuk *cross section* F ≥ 0,05 (nilai signifikan) maka H_0 diterima, sehingga model yang paling tepat digunakan adalah *Common Effect Model* (CEM).
b. Jika nilai probabilitas *(P-value)* untuk *cross section* F ≤ 0,05 (nilai signifikan) maka H_0 ditolak, sehingga model yang paling tepat digunakan adalah *Fixed Effect Model* (FEM). Sehingga hipotesis yang diajukan adalah:

H_0 : *Common Effect Model* (CEM)
H_1 : *Fixed Effect Model* (FEM)

Tabel 4.5. Hasil Uji Model Menggunakan *Chow Test*

Redundant Fixed Effects Tests
Equation: Untitled
Test cross-section fixed effects

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	25.149226	(45,89)	0.0000
Cross-section Chi-square	361.360701	45	0.0000

Sumber: Hasil Output Regresi Data Panel Eviews 10

Berdasarkan tabel 4.5. hasil *chow test* pada *common effect model vs fixed effect model* di atas, diperoleh F_{hitung} sebesar 25.149226 dan nilai probabilitas (P-value) sebesar 0.0000 ≤ 0.05 signifikan pada α = 5%, maka hipotesis H_0 ditolak dan H_1 diterima, maka model *Fixed Effect Model* (FEM) yang lebih tepat untuk digunakan.

4.2.3.2. Uji *Hausman* (*Random Effect Model vs Fixed Effect Model*)

Uji Hausman digunakan untuk memilih apakah *fixed effect model* atau *random effect model* yang paling tepat untuk digunakan. Dasar pengambilan keputusan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut

(Winarno, 2015:254):

a. Jika nilai probabilitas *(P-value)* untuk *cross section random* ≥ 0,05 (nilai signifikan) maka H_0 diterima, sehingga model yang paling tepat digunakan adalah *Random Effect Model* (REM).
b. Jika nilai probabilitas *(P-value)* untuk *cross section random* ≤ 0,05 (nilai signifikan) maka H_0 ditolak, sehingga model yang tepat digunakan adalah *Fixed Effect Model* (FEM). Sehingga hipotesis yang diajukan adalah:
   H_0 : *Random Effect Model* (REM)
   H_1 : *Fixed Effect Model* (FEM)

Tabel 4.6. Hasil Uji Model Menggunakan *Hausman Test*

Correlated Random Effects - Hausman Test Equation: Untitled Test cross-section random effects			
Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	8.922929	3	0.2303

Sumber: Hasil Output Regresi Data Panel Eviews10

Berdasarkan tabel 4.6 hasil *hausman test* pada *fixed effect model vs random effect model* di atas, diperoleh *cross section random* sebesar 8.922929 dan nilai probabilitas (P-value) sebesar 0.2303 ≥ 0.05 signifikan pada α = 5% maka hipotesis H_0 diterima dan H_1 ditolak, maka model *Random Effect Model* (REM) yang lebih tepat untuk digunakan.

4.2.3.3. Uji *Lagrange Multiplier (Common Effect Model vs Random Effect Model)*

Uji lagrage multiplier digunakan untuk memilih pendekatan terbaik antara *pendekatan common effect model* atau *random effect model* dalam mengestimsai data panel. Dasar pengambilan keputusan dalam

pengujian ini adalah sebagai berikut:

a. Jika nilai *cross section Breusch-pangan* ≥ 0,05 (nilai signifikan) maka H_0 diterima, sehingga model yang paling tepat digunakan adalah *Common Effect Model* (CEM).
b. Jika nilai *cross section Breusch-pangan* ≤ 0,05 (nilai signifikan) maka H_0 ditolak, sehingga model yang tepat digunakan adalah *Random Effect Model* (REM). Sehingga hipotesis yang diajukan adalah:
   H_0 : *Common Effect Random* (CEM)
   H_1 : *Random Effect Model* (REM)

Tabel 4.7. Hasil Uji Model Menggunakan *Lagrange Multiplier*

Lagrange Multiplier Tests for Random Effects Null hypotheses: No effects Alternative hypotheses: Two-sided (Breusch-Pagan) and one-sided (all others) alternatives			
	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	103.7573 (0.0000)	0.987428 (0.3204)	104.7447 (0.0000)

Sumber: Hasil Output Regresi Data Panel Eviews10

Berdasarkan tabel 4.7 hasil *lagrange multiplier test* pada *common effect model vs random effect model* di atas, diperoleh *cross section Breusch-pangan* ≤ 0.05, yaitu 0.0000 ≤ 0.05 signifikan pada α= 5%, maka hipotesis H_0 ditolak dan H_1 diterima, maka model *Random Effect Model* (REM) yang lebih tepat untuk digunakan.

4.3. Kesimpulan Model

Tabel 4.8. Hasil Uji Pemilihan Model Regresi Data Panel

Jenis Uji	Hasil Uji	Model Terpilih
1. Uji Chow Kriteria pengujian hipotesis:	P-value cross section = 0.0000 < 0,05 (H_0 =	*Fixed Effect Model*

a. H_0 = diterima maka common digunakan (p-value cross selection F > 0,05) b. H_1 = diterima maka fixed digunakan (p-value cross section F < 0,05)	ditolak)	
2. Uji Hausman Kriteria pengujian hipotesis: a. H_0 = diterima maka Random digunakan (p-value cross section F> 0,05). b. H_1 = diterima maka fixed digunakan (p-value cross section F < 0,05).	P-value cross section = 0.2303 > 0,05 (H_0 = diterima)	*Random Effect Model*
3. Uji Larange Multiplier Kriteria pengujian hipotesis: a. H_0 = diterima maka Common digunakan (p-value cross section F > 0,05). b. H_1 = diterima maka Random digunakan (p-value cross section F < 0,05).	p-value cross section 0,0000 < 0,005 (H_0 = diterima)	*Random Effect Model*

Sumber: Hasil Output Regresi Data Panel Eviews 10

Berdasarkan tabel 4.8, hasil ketiga uji tersebut menunjukkan bahwa ada dua uji yang menghasilkan *Random Effect Model*, yaitu Uji *Hausman* dan Uji *Lagrange Multiplier*, maka dapat disimpulkan bahwa *Random Effect Model* merupakan pendekatan model terbaik yang dapat digunakan.

4.4. Uji Hipotesis

4.4.1. Analisis Regresi Data Panel

Analisis regresi data panel bertujuan untuk menguji sejauh mana pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* yang mana terdapat beberapa perusahaan dalam beberapa kurun waktu, analisis regresi linier data panel berganda yang dikenal secara umum dengan analisis regresi data panel pada penelitian ini menggunakan *Random Effect Model*. Hasil uji regresi data panel dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.9. Hasil Uji Regresi Data Panel Menggunakan *Random Effect Model*

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
ROA	1.341237	2.214135	2.605761	0.0457
CSR	1.845591	1.154010	2.732742	0.0450

ROA*CSR	23.57754	14.07132	2.675574	0.0362
C	1.272029	0.213533	5.957054	0.0000

Sumber: Hasil Output Regresi Data Panel Eviews 10

Berdasarkan hasil di atas, didapati persamaan regresi data panel sebagai berikut:

NP = 1.272029 + 1.341237 ROA + 1.845591 CSR + 23.57754 ROA*CSR

1. Dari persamaan hasil regresi di atas dapat dijelaskan bahwa nilai konstanta sebesar 1.272029 yang artinya nilai konstanta tersebut menunjukkan bahwa besar nilai perusahaan adalah 1.272029 apabila nilai seluruh variabel bebas konstan.
2. Nilai koefisien regresi ROA sebesar 1.341237 hal tersebut menjelaskan jika ROA mengalami peningkatan maka nilai perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar 1.341237 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.
3. Nilai koefisien regresi CSR sebesar 1.845591 hal tersebut menjelaskan jika CSR mengalami peningkatan maka nilai perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar 1.845591.
4. Nilai koefisien ROA*CSR (interaksi antara ROA dan CSR) sebesar 23.57754 menunjukkan bahwa jika terjadi penambahan satu satuan interaksi antara ROA dan CSR, maka nilai perusahaan akan naik sebesar 23.57754.

4.4.2. Uji Parsial (t)

Uji parsial (uji t) bertujuan untuk mengukur pengaruh satu variabel *independent* secara individul dalam menerangkan variasi variabel *dependent*. Taraf signifikansi yang penulis gunakan dalam uji t ini adalah pada tingkat 5% (0,05). Apabila nilai signifikansi < 0,05 maka dinyatakan bahwa variabel *independent* berpengaruh terhadap variabel *dependent*, sebaliknya apabila nilai signifikansi > 0,05 maka dinyatakan bahwa variabel *independent* tidak berpengaruh terhadap variabel *dependent* (Sugiyono, 2013: 270). Hasil uji t dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.10. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
ROA	1.341237	2.214135	2.605761	0.0457
CSR	1.845591	1.154010	2.732742	0.0450
ROA*CSR	23.57754	14.07132	2.675574	0.0362
C	1.272029	0.213533	5.957054	0.0000

Sumber: Hasil Output Regresi Data Panel Eview10

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa nilai t_{tabel} dengan tarif nyata = 5% = df = N – K – 1 = 138 – 3 – 1 = 134, maka diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1.97783, berdasarkan data tersebut terlihat bahwa:

1. ROA memiliki t_{hitung} 2.605761 yaitu 2.605761 > 1.97783 sehingga t_{hitung} > t_{tabel} dengan probabilitas sebesar 0.0457 < 0.05, artinya ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dapat diterima.
2. CSR memiliki t_{hitung} 2.732742 yaitu 2.732742 > 1.97783 sehingga t_{hitung} > t_{tabel} dengan probabilitas sebesar 0.045 < 0.05, artinya CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
3. ROA*CSR memiliki t_{hitung} 2.675574 yaitu 2.675574 > 1.97783 sehingga t_{hitung} > t_{tabel} dengan probabilitas sebesar 0.0362 < 0.05, artinya *corporate social responsibility* memperkuat hubungan variabel *return on asset* dengan variabel nilai perusahaan. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa CSR memperkuat hubungan antara ROA dengan nilai perusahaan dapat diterima.

4.4.3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependent. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel *independent* dalam menjelaskan variabel *dependent* sangat terbatas. Nilai yang hampir mendekati 1 berarti variabel *independent* memberikan hampir semua informsi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi *dependent*. Hasil Uji R^2 dapat dilihat pada tabel

berikut ini:

Tabel 4.11. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Adjusted R-squared	0.377486

Sumber: Hasil Output Regresi Data Panel eviews10

Berdasarkan tabel 4.11, diperoleh hasil koefisien *Adjusted R-squared* sebesar 0.377486 atau 37.75% yang artinya seluruh variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 27.75% sedangkan sisanya 62.25% (100%-27.75%) dijelaskan oleh faktor-faktor lainnya yang tidak diikutsertakan dalam model penelitian ini.

4.5. Interpretasi Hasil Penelitian

Berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dilakukan dengan menggunakan variabel *independent* yaitu Profitabilitas yang diproksikan melalui *Return On Asset*, variabel *dependent* yaitu nilai perusahaan dan variabel moderator adalah *corporate social responsibility* dengan *software Eviews* 10 menggunakan data panel, maka ditetapkan bahwa model terbaik adalah *random effect model.* Pembahasan mengenai hasil penelitian terhadap masing-masing variabel dapat dijelaskan sebagai berikut:

4.5.1. Pengaruh *Return On Asset* Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil uji regresi parsial dengan menggunakan *random effect model* menunjukkan bahwa profitabilitas yang diproksikan dengan *return on asset* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang diperolah dan memiliki t_{hitung} sebesar 2.605761 yaitu 2.605761 > 1.97783 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan probabilitas sebesar 0.0457 < 0.05, yang artinya ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018, sehingga hipotesis pertama diterima.

Profitabilitas yang tinggi yang dalam sebuah perusahaan akan

menarik minat investor untuk menanamkan modalnya diperusahaan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hal tersebut terjadi karena semakin tinggi tingkat profitabilitas dalam suatu perusahaan, maka semakin baik pula kinerja manajemen perusahaan tersebut, sehingga semakin tinggi minat investor untuk membeli saham dari perusahaan tersebut. Hal tersebut akan meningkatkan jumlah permintaan dan harga saham perusahaan, sehingga nilai perusahaan juga akan meningkat. Hal ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Wirawati (2018) yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif pada nilai perusahaan. Profitabilitas yang tinggi yang dimiliki sebuah perusahaan akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya diperusahaan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Namun hasil penelitian ini tidak sependapat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Handayani & Martha (2019) yang membuktikan bahwa nilai perusahaan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap ROA. Hasil yang negatif menunjukkan bahwa semakin kecil keuntungan yang dihasilkan dengan total aset maka semakin tidak efisien perputaran aset. Rendahnya ROA disebabkan oleh banyaknya aset yang menganggur, investasi persediaan yang terlalu banyak, dan aktiva tetap beroperasi dibawah normal.

4.5.2. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam Hubungan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Hasil uji regresi parsial dengan menggunakan *random effect model* menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* sebagai variable moderasi mampu memperkuat pengaruh profitabilitas yang diproksikan dengan *return on asset* terhadap nilai perusahaan. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang diperoleh dan memiliki t_{hitung} 2.675574 yaitu 2.675574 > 1.97783 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan probabilitas sebesar 0.0362 < 0.05, artinya *corporate social responsibility* memperkuat hubungan variabel *return on asset* dengan variabel nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode

2016-2018, sehingga hipotesis kedua diterima.

Disamping kinerja keuangan, yang akan dilihat investor sebelum memutuskan untuk berinvestasi dalam suatu perusahaan adalah adanya pengungkapan *corporate social responsibility*. CSR diharapkan akan menjadi nilai lebih yang akan menambah kepercayaan para investor bahwa perusahaan tersebut akan terus berkembang dan berkelanjutan (*sustainable*). Perusahaan yang peduli terhadap lingkungan dianggap lebih memperhatikan prospek kinerja perusahaan di masa depan sehingga akan dinilai positif oleh investor. Oleh sebab itu, perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi akan selalu berusaha untuk meningkatkan pengungkapan kegiatan sosial yang dilakukan oleh perusahaan sebagai usaha untuk menyakinkan investor bahwa perusahaan tidak hanya memperhatikan tujuan jangka pendek (*profit*), namun juga tujuan jangka panjang yaitu peningkatan nilai perusahaan.

Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Beureukat (2018) yang menunjukkan bahwa CSR sebagai variabel moderasi mampu memperkuat pengaruh profitabilitas (ROA) terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian ini tidak sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi & Wirawati (2018) yang membuktikan bahwa CSR dinilai tidak memediasi hubungan antara profitabilitas pada nilai perusahaan. Ha berarti bahwa profitabilitas tidak dapat meningkatkan nilai perusah yang didukung oleh kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan.

BAB V
KESIMPULAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan peneliti, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Profitabilitas (ROA*)* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas yang diproksikan dengan *return on asset* yang tinggi

akan memberikan sinyal positif bagi investor bahwa perusahaan menghasilkan dalam kondisi yang menguntungkan. Hal tersebut menunjukkan semakin besar profitabilitas maka akan semakin tinggi nilai perusahaan.

2. *Corporate social responsibility* sebagai variabel moderasi mampu memperkuat pengaruh ROA terhadap nilai perusahaan. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi akan selalu berusaha untuk meningkatkan pengungkapan kegiatan sosial yang dilakukan oleh perusahaan sebagai usaha untuk menyakinkan investor bahwa perusahaan tidak hanya memperhatikan tujuan jangka pendek (*profit*), namun juga tujuan jangka panjang yaitu peningkatan nilai perusahaan.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah disampaikan di atas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Investor

   Investor hendaknya memperhatikan profitabilitas perusahaan, karena profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang mempunyai profitabilitas tinggi diharapkan dapat membayar devidennya sehingga kemakmuran pemegang saham tercapai. Investor juga harus memperhatikan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai bentuk tanggung jawab sosial yang diperoleh dari alokasi biaya perusahaan dimana alokasi biaya tersebut akan mempengaruhi laba perusahaan yang bisa dijadikan bahan pertimbangan investor untuk menanam saham.

2. Bagi Perusahaan

   Perusahaan yang menjadi subjek penelitian ini ataupun diluar penelitian ini, diharapkan untuk memperhatikan beberapa faktor tersebut untuk mengoptimalkan nilai perusahaan. Sehingga hal yang dapat dilakukan oleh manajer keuangan agar meningkatkan profit agar nilai perusahaan meningkat, selain itu manajemen harus pandai menggunakan *Corporate Social Responsibility* dengan tujuan agar

dapat mengoptimalkan nilai perusahaan.

5.3. Keterbatasan Penelitian dan Pengembangan Penelitian

Sebagai mana hasi penelitian yang telah diuraikan, keterbatasan penelitian ini yaitu waktu yang terbatas pada pengamatan yang relatif pendek yaitu hanya 3 tahun dengan sampel yang terbatas hanya pada perusahaan manufaktur yang terdapat BEI periode 2016-2018, yang terdiri dari 46 perusahaan yang memenuhi kriteria. Di samping itu peneliti merasa dalam penelitian ini memiliki banyak keterbatasan diantaranya yaitu dalam laporan keuangan peneliti mengambil laporan keuangan yang hanya memakai mata uang rupiah. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan dapat memakai mata uang selain rupiah.

DAFTAR REFERENSI

Ariasih Ni Putu Dewi & Yadnyana I Ketut. 2018*. Pengaruh Profitabilitas pada Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi*. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol. 22.2. Februari (2018): 1600-1625.

Ayu Dea Putri & Suarjaya A. A. Gede. 2017. *Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Mediasi Pada Perusahaan Pertambangan.* E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 6, No. 2, 2017: 1112-1138.

Basuki, Agus Tri and Prawoto, Nano. 2016. *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis: Dilengkapi Aplikasi SPSS & EVIEWS*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.

Beureukat. 2018. *Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*. Jurnal Ilmu Manajemen, Volume 14, No. 1, Januari 2018.

Chandrarin Grahita. 2017. *Metode Riset Akuntansi Pendekatan Kuantatif.* Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Dewi Anak Agung Ayu Tisna Wulan & Wirawati, Ni Gst. Putu. 2018. *Pengaruh Profitabilitas pada Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Intervening*. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana.Vol.22.2. Februari (2018): 1557-1583.

Fahmi, Irham. 2014. *Analisis Kinerja Keuangan*. Bandung: Alfabeta.

Fermadi, H. L., Makhdalena, & Trisnawati, F. 2015. *Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap* Nilai *Perusahaan*. Jurnal Ekonomi, 1–13.

Gassing. S, Syarifuddin. 2016. *Public Relation*. Edisi I. Yogyakarta: C.V. ANDI OFFSET.

Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam. 2018. *AplikasiAnalisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.

Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Handayani Felizia & Martha, Lidya. 2019. *Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderating*. Academic Conference for Management I Vol.1 (Februari 2019): 203-221.

Hermawati D, Dhiana P, & Oemar Abrar. 2018. *Pengaruh Return On Investment (Roi) dan Corporate Social Responsibility (Csr)*

Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. Journal of Accounting 2018.

Ikatan Akuntansi Indonesia. 2014. Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan. Jakarta. IAI.

Jugiyanto, H. Teori Portofolio dan Analisis Investasi, Edisi Kesembilan. BPEF. Yogyakarta. 2014.

Jumingan. 2011. *Analisa Laporan Keuangan*. Cetakan Keempat. Bandung: Bumi Aksara.

K. Bertens. (2009). *Pengantar Etika Bisnis (10th ed.)*. Yogyakarta: KANISIUS.

Kasmir. 2016. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Cetakan ke-17. Jakarta: Rajawali Pers.

Kiran S, Kakakhel S.J. & Shaheen, F. 2015. *Corporate social responsibility and firm profitability: A case of oil and gas sector of Pakistan*. City University Research Journal, 5(1), 110-119.

Malino, Muhammad Ryan Yanuar Daeng & Wirawati, Ni Gusti Putu. 2017. *Pengaruh Profitabilitas dan Kepemilikan Manajerial Pada Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan CSR Sebagai Variabel Pemoderasi*. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol.21.3. Desember (2017):2052-2080.

Pearce & Robinson. 2007. *Manajemen Strategi*. Salemba Empat. Jakarta.

Pramana, I Gusti Ngurah Agung Dwi & Mustanda, I Ketut. 2016. *Pengaruh Profitabilitas Dan Size Terhadap Nilai Perusahaan Dengan CSR Sebagai Variabel Pemoderasi*. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 5, No.1, 2016: 561 – 594.

Rajab, M. 2017. Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan corporate *social responcibility sebagai variabel moderating studi empiris perusahaan manufaktur yang terdaftar di Jakarta islamic index tahun 2011-2015*. Univesitas Islam Negeri Sumatera Utara.

Raningsih, Ni Kadek & Artini, Luh Gede Sri. 2018. *Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi*. E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana 7.8 (2018): 1997-2016.

Retno M., Reny Dyah dan Denies Priantinah. 2012. *Pengaruh Good Corporate Governance dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode (2007-2010)*. Jurnal Nominal, Vol. 1.

Rinnaya, I. Y., Andini, R., & Oemar, A. (2016). *Pengaruh Profitabilitas, Rasio Aktivitas, Keputusan Pendanaan, Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan*. Journal of Accounting, 2(2).

Sawir, Agnes. 2000. *Analisis Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan Perusahaan*. PT Gramedia Pustaka Utama.

Seo, Hae-Jong, Kim, Kee-Woong, Park, Jin-Woo. 2015. *A Study on Relation between Corporate Social Responsibility and Profitability-and-Corporate Value*. International Journal of Business and Social Research Volume 05, Issue 10, 2015.

Sugiyono 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods).* Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.

Sunaryo I, Widarno B, & Suharno. 2018. *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating*. Jurnal Akuntansi Dan Sistem Teknologi Informasi Vol. 14 Edisi Khusus April 2018: 211 – 221.

Undang Undang Nomor Tahun 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas

Wahyuni, Ayu Sri. 2018. *Pengaruh Komite Audit, Komisaris Independen, dan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Listing Indexn LQ45 Tahun 2012-2017*.Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.

Link:

https://amp.kontan.co.id/news/ultra-jaya-ultj-jelaskan-penyebab-turunnya-laba-di-tahun-2018-lalu

http://azzaqun.blogspot.com/2014/07/makalah-tanggung-jawab-sosial.html

https://www.kajianpustaka.com/2017/11/pengertian-jenis-dan-pengukuran-nilai-perusahaan.html

https://www.kompasiana.com/yelinrahmatwati/58e336fac223bdff0d177295/konflik-dan-kerusakan-lingkungan-pembangunan-pabrik-semen-di-rembang?page=all

www.idkx.co.id

www.sahamok.com

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Data ROA Perusahaan Manufaktur Periode 2016-2018

No	Kode Perusahaan	Tahun	Laba/Rugi Setelah Pajak (Rp)	Total Aset (Rp)	ROA
1	ALMI	2016	- 99.931.854.409	2.153.030.503.531	- 0,046415
		2017	8.446.455.684	2.376.281.796.928	0,003554
		2018	6.544.635.062	2.781.666.374.017	0,002353
2	ALTO	2016	- 26.500.565.763	1.165.093.632.823	- 0,022745
		2017	- 62.849.581.665	1.109.383.971.111	- 0,056653
		2018	- 33.021.220.862	1.109.843.522.344	- 0,029753
3	AMIN	2016	18.768.425.668	198.974.581.573	0,094326
		2017	32.251.863.039	252.452.307.121	0,127754
		2018	39.082.873.015	360.906.218.575	0,108291
4	APLI	2016	25.109.482.194	382.461.777.452	0,065652
		2017	12.367.185.497	398.698.779.619	0,031019
		2018	- 23.496.671.376	503.177.499.114	- 0,046697
5	ARNA	2016	91.375.910.975	1.543.216.299.146	0,059211
		2017	122.183.909.643	1.601.346.561.573	0,076301
		2018	158.207.798.602	1.652.905.985.730	0,095715
6	BAJA	2016	34.393.355.090	982.626.956.424	0,035001
		2017	- 22.984.761.751	946.448.936.464	- 0,024285
		2018	- 96.695.781.573	901.181.796.270	- 0,107299
7	BIMA	2016	17.410.120.742	92.041.274.561	0,189156
		2017	15.795.652.032	89.327.328.853	0,176829
		2018	2.349.855.961	98.190.640.839	0,023932
8	BTON	2016	-5.571.166.686	177.290.628.918	- 0,031424
		2017	11.370.927.212	183.501.650.442	0,061966
		2018	27.812.712.161	217.362.960.011	0,127955
9	CEKA	2016	249.697.013.626	1.425.964.152.418	0,175107
		2017	107.420.886.839	1.392.636.444.501	0,077135
		2018	92.649.656.775	1.168.956.042.706	0,079258
10	CINT	2016	20.619.309.858	399.336.626.636	0,051634
		2017	29.648.261.092	476.577.841.605	0,062211

		2018	13.554.152.161	491.382.035.136	0,027584
11	EKAD	2016	90.685.821.530	702.508.630.708	0,129089
		2017	76.195.665.729	796.767.646.172	0,095631
		2018	74.045.187.763	853.267.454.400	0,086778

Lanjutan Lampiran 1

No	Kode Perusahaan	Tahun	Laba/Rugi Setelah Pajak (Rp)	Total Aset (Rp)	ROA
12	ETWA	2016	- 68.488.774.415	1.158.935.571.034	- 0,059096
		2017	- 127.520.042.126	1.114.568.571.897	- 0,114412
		2018	- 138.527.581.191	1.090.658.578.996	- 0,127013
13	IGAR	2016	69.305.629.795	439.465.673.296	0,157704
		2017	72.376.683.136	513.022.591.574	0,141079
		2018	44.672.438.405	570.197.810.698	0,078346
14	IMPC	2016	125.823.130.775	2.276.031.922.082	0,055282
		2017	91.303.491.940	2.294.677.493.483	0,039789
		2018	105.523.929.164	2.370.198.817.803	0,044521
15	INAI	2016	35.552.975.244	1.339.032.413.455	0,026551
		2017	38.651.704.520	1.213.916.545.120	0,031840
		2018	40.463.141.352	1.400.683.598.096	0,028888
16	INCI	2016	9.988.836.259	269.351.381.344	0,037085
		2017	16.554.272.131	303.788.390.330	0,054493
		2018	16.675.673.703	391.362.697.956	0,042609
17	INDS	2016	49.556.367.334	2.477.272.502.538	0,020004
		2017	113.639.539.901	2.434.617.337.849	0,046677
		2018	110.686.883.366	2.482.337.567.967	0,044590
18	KAEF	2016	271.597.947.663	4.612.562.541.064	0,058882
		2017	331.707.917.461	6.096.148.972.533	0,054413
		2018	401.792.808.948	9.460.427.317.681	0,042471
19	KBLI	2016	334.338.838.592	1.871.422.416.044	0,178655
		2017	358.974.051.474	3.013.760.616.985	0,119112

		2018	235.651.063.203	3.244.821.647.076	0,072624
20	KBLM	2016	21.245.022.916	639.091.366.917	0,033243
		2017	43.994.949.645	1.235.198.847.468	0,035618
		2018	40.675.096.628	1.298.358.478.375	0,031328
21	KBRI	2016	- 102.760.678.879	1.263.726.833.318	- 0,081316
		2017	- 125.704.262.232	1.171.234.610.856	- 0,107326
		2018	- 124.767.897.543	1.058.927.511.760	- 0,117825
22	KDSI	2016	47.127.349.067	1.142.273.020.550	0,041258
		2017	68.965.208.549	1.328.291.727.616	0,051920
		2018	76.761.902.211	1.391.416.464.512	0,055168

Lanjutan Lampiran 1

No	Kode Perusahaan	Tahun	Laba/Rugi Setelah Pajak (Rp)	Total Aset (Rp)	ROA
23	KIAS	2016	- 252.499.070.120	1.859.669.927.962	- 0,135776
		2017	- 85.300.976.555	1.767.603.505.697	- 0,048258
		2018	- 79.206.468.705	1.704.424.579.208	- 0,046471
24	KICI	2016	362.936.663	139.809.135.385	0,002596
		2017	7.946.916.114	149.420.009.884	0,053185
		2018	- 873.742.659	154.088.747.766	- 0,005670
25	KLBF	2016	2.350.884.933.551	15.226.009.210.657	0,154399
		2017	2.453.251.410.604	16.616.239.416.335	0,147642
		2018	2.497.261.964.757	18.146.206.145.369	0,137619
26	LMPI	2016	6.933.035.457	810.364.824.722	0,008555
		2017	- 31.140.558.174	834.548.374.286	- 0,037314
		2018	- 46.390.704.290	786.704.752.983	- 0,058968
27	LMSH	2016	6.252.814.811	162.828.169.250	0,038401
		2017	12.967.113.850	161.163.426.840	0,080459
		2018	2.886.727.390	160.027.280.153	0,018039
28	MBTO	2016	8.813.611.079	709.959.168.088	0,012414
		2017	- 24.690.826.118	780.669.761.787	- 0,031628
		2018	- 114.131.026.847	648.016.880.325	- 0,176124

29	PRAS	2016	- 2.690.964.317	1.596.466.547.662	- 0,001686
		2017	- 3.226.268.273	1.542.243.721.302	- 0,002092
		2018	6.357.160.962	1.635.543.021.515	0,003887
30	RICY	2016	14.033.426.519	1.288.683.925.066	0,010890
		2017	16.558.562.698	1.374.444.788.282	0,012047
		2018	18.480.376.458	1.539.602.054.832	0,012003
31	ROTI	2016	279.777.368.831	2.919.640.858.718	0,095826
		2017	135.364.021.139	4.559.573.709.411	0,029688
		2018	127.171.436.363	4.393.810.380.883	0,028943
32	SIMA	2016	- 642.590.771	40.312.397.678	- 0,015940
		2017	161.969.306	86.202.590.406	0,001879
		2018	- 14.528.390.327	74.549.587.669	- 0,194882
33	SKBM	2016	22.545.456.050	1.001.657.012.004	0,022508
		2017	25.880.464.791	1.623.027.475.045	0,015946
		2018	15.954.632.472	1.771.365.972.009	0,009007

Lanjutan Lampiran 1

No	Kode Perusahaan	Tahun	Laba/Rugi Setelah Pajak (Rp)	Total Aset (Rp)	ROA
34	SPMA	2016	81.063.430.679	2.158.852.415.950	0,037549
		2017	92.280.117.234	2.175.660.855.114	0,042415
		2018	82.232.722.269	2.282.845.632.924	0,036022
35	SSTM	2016	- 15.752.958.422	649.654.335.962	- 0,024248
		2017	- 23.709.833.744	605.643.301.307	- 0,039148
		2018	1.112.037.917	562.174.180.897	0,001978
36	STAR	2016	462.555.307	690.187.353.961	0,000670
		2017	594.726.798	614.705.038.056	0,000967
		2018	173.591.040	615.956.006.710	0,000282
37	TALF	2016	30.137.707.324	881.673.021.959	0,034182
		2017	21.465.836.784	921.240.988.517	0,023301
		2018	43.976.734.000	984.597.771.989	0,044665
38	TCID	2016	162.059.596.347	2.185.101.038.10	0,074166

				1	
		2017	179.126.382.068	2.361.807.189.430	0,075843
		2018	173.049.442.756	2.445.143.511.801	0,070773
39	TIRT	2016	28.988.504.757	815.997.477.795	0,035525
		2017	1.001.385.942	859.299.056.455	0,001165
		2018	- 36.477.174.515	923.366.433.799	- 0,039505
40	TOTO	2016	168.564.583.718	2.581.440.938.262	0,065299
		2017	278.935.804.544	2.826.490.815.501	0,098686
		2018	346.692.796.102	2.897.119.790.044	0,119668
41	TRIS	2016	24.191.377.409	639.701.164.511	0,037817
		2017	14.198.889.550	544.968.319.987	0,026055
		2018	19.665.074.694	633.014.281.325	0,031066
42	TSPC	2016	545.493.536.262	6.585.807.349.438	0,082829
		2017	557.339.581.996	7.434.900.309.021	0,074963
		2018	540.378.145.887	7.869.975.060.326	0,068663
43	UNIT	2016	860.775.733	432.913.180.372	0,001988
		2017	1.062.124.056	426.384.622.878	0,002491
		2018	506.523.775	419.701.649.147	0,001207

Lanjutan Lampiran 1

No	Kode Perusahaan	Tahun	Laba/Rugi Setelah Pajak (Rp)	Total Aset (Rp)	ROA
44	VOKS	2016	160.045.873.393	1.668.210.094.478	0,095939
		2017	166.204.959.339	2.110.166.496.595	0,078764
		2018	105.468.744.587	2.485.382.578.010	0,042436
45	WIIM	2016	106.290.306.868	1.353.634.132.275	0,078522
		2017	40.589.790.851	1.225.712.093.041	0,033115
		2018	51.142.850.919	1.255.573.914.558	0,040733
46	WTON	2016	282.148.079.843	4.663.078.318.961	0,060507
		2017	340.458.859.392	7.067.976.095.043	0,048169
		2018	486.640.174.453	8.881.778.299.672	0,054791

Sumber: Bursa Efek Indonesia, Diolah Oleh Penulis (2020)

Lampiran 2. Data Nilai Perusahaan Perusahaan Manufaktur Periode 2016 -2018

No	Kode Perusahaan	Tahun	Closing Price	Jumlah Saham	EMV	EBV	D	Q
1	ALMI	2016	183	616.000.000	112.728.000.000	403.694.342.061	1.749.336.161.470	0,86
		2017	220	616.000.000	135.520.000.000	378.870.552.389	1.997.411.244.539	0,90
		2018	400	616.000.000	246.400.000.000	327.200.695.930	2.454.465.678.087	0,97
2	ALTO	2016	330	2.186.603.090	721.579.019.700	480.841.418.401	684.252.214.422	1,21
		2017	388	2.191.870.558	850.445.776.504	419.284.788.700	690.099.182.411	1,39
		2018	400	2.191.870.558	876.748.223.200	387.126.677.545	722.716.844.799	1,44
3	AMIN	2016	274	1.080.000.000	295.920.000.000	151.366.178.112	101.086.129.009	1,57
		2017	400	1.080.000.000	432.000.000.000	182.138.438.811	178.767.779.764	1,69
		2018	428	1.080.000.000	462.240.000.000	207.223.731.255	197.498.325.699	1,63
4	APLI	2016	112	1.500.000.000	168.000.000.000	265.735.719.457	116.726.057.995	0,74
		2017	72	1.500.000.000	108.000.000.000	227.183.997.248	171.514.782.371	0,70
		2018	84	1.362.671.400	114.464.397.600	204.184.876.657	298.992.622.457	0,82
5	ARNA	2016	520	7.341.430.976	3.817.544.107.520	948.088.201.259	595.128.097.887	2,86
		2017	342	7.341.430.976	2.510.769.393.792	1.029.399.792.539	571.946.769.034	1,93
		2018	420	7.341.430.976	3.083.401.009.920	1.096.596.429.104	556.309.556.626	2,20
6	BAJA	2016	330	1.800.000.000	594.000.000.000	196.502.700.474	786.124.255.950	1,40
		2017	160	1.800.000.000	288.000.000.000	172.016.210.273	774.432.726.191	1,12
		2018	113	1.800.000.000	203.400.000.000	76.521.348.613	824.660.447.657	1,14
7	BIMA	2016	195	608.175.716	118.594.264.620	- 97.175.471.622	189.216.746.183	3,34
		2017	69	608.175.716	41.964.124.404	- 84.637.373.721	173.964.702.574	2,42
		2018	56	608.175.716	34.057.840.096	- 80.847.643.921	179.038.284.760	2,17
8	BTON	2016	126	720.000.000	90.720.000.000	143.533.430.069	33.757.198.849	0,70
		2017	113	720.000.000	81.360.000.000	154.638.932.325	28.862.718.117	0,60
		2018	230	720.000.000	165.600.000.000	183.155.228.930	34.207.731.081	0,92
9	CEKA	2016	1.350	595.000.000	803.250.000.000	887.920.113.728	538.044.038.690	0,94
		2017	1.290	595.000.000	767.550.000.000	903.044.187.067	489.592.257.434	0,90
		2018	1.375	595.000.000	818.125.000.000	976.647.575.842	192.308.466.864	0,86
10	CINT	2016	316	1.000.000.000	316.000.000.000	326.429.838.956	72.906.787.680	0,97
		2017	334	1.000.000.000	334.000.000.000	382.273.759.946	94.304.081.659	0,90
		2018	284	1.000.000.000	284.000.000.000	388.678.577.828	102.703.457.308	0,79
11	EKAD	2016	590	698.775.000	412.277.250.000	592.004.807.725	110.503.822.983	0,74
		2017	695	698.775.000	485.648.625.000	662.817.725.465	133.949.920.707	0,78
		2018	855	698.775.000	597.452.625.000	724.582.501.247	128.684.953.153	0,85

Lanjutan Lampiran 2

No	Kode Perusahaan	Tahun	Closing Price	Jumlah Saham	EMV	EBV	D	Q
12	ETWA	2016	82	968.297.000	79.400.354.000	7.101.667.028	151.833.904.006	1,06
		2017	63	968.297.000	61.002.711.000	- 121.304.792.803	1.235.873.364.700	1,16
		2018	81	968.297.000	78.432.057.000	- 258.828.931.144	1.349.487.510.140	1,31
13	IGAR	2016	520	972.204.500	505.546.340.000	373.749.035.530	65.716.637.766	1,30
		2017	378	972.204.500	367.493.301.000	441.946.749.143	71.075.842.431	0,85
		2018	384	972.204.500	373.326.528.000	482.914.243.337	87.283.567.361	0,81
14	IMPC	2016	1.025	4.833.500.000	4.954.337.500.000	1.225.645.183.071	1.050.386.739.011	2,64
		2017	1.090	4.833.500.000	5.268.515.000.000	1.289.020.969.663	1.005.656.523.820	2,73
		2018	940	4.833.500.000	4.543.490.000.000	1.372.223.331.022	997.975.486.781	2,34
15	INAI	2016	645	316.800.000	204.336.000.000	258.016.602.673	1.081.015.810.782	0,96
		2017	378	633.600.000	239.500.800.000	277.404.670.750	936.511.874.370	0,97
		2018	410	633.600.000	259.776.000.000	303.883.931.247	1.096.799.666.849	0,97
16	INCI	2016	306	181.035.556	55.396.880.136	242.826.462.751	26.524.918.593	0,30
		2017	408	181.035.556	73.862.506.848	268.379.825.144	35.408.565.186	0,36
		2018	575	196.121.237	112.769.711.275	319.952.419.798	71.410.278.158	0,47
17	INDS	2016	810	656.249.710	531.562.265.100	2.068.063.877.631	409.208.624.907	0,38
		2017	1.260	656.249.710	826.874.634.600	2.144.818.918.530	289.798.419.319	0,46
		2018	2.220	656.249.710	1.456.874.356.200	2.194.231.835.853	288.105.732.114	0,70
18	KAEF	2016	2.750	5.554.000.000	15.273.500.000.000	2.271.407.409.194	2.341.155.131.870	3,82
		2017	2.700	5.554.000.000	14.995.800.000.000	2.572.520.755.127	3.523.628.217.406	3,04
		2018	2.600	5.554.000.000	14.440.400.000.000	3.356.459.729.851	6.103.967.587.830	2,17
19	KBLI	2016	276	4.007.235.107	1.105.996.889.532	1.321.345.840.449	550.076.575.595	0,88
		2017	426	4.007.235.107	1.707.082.155.582	1.786.746.385.283	1.227.014.231.702	0,97
		2018	302	4.007.235.107	1.210.185.002.314	2.030.980.758.929	1.213.840.888.147	0,75
20	KBLM	2016	240	1.120.000.000	268.800.000.000	320.655.277.264	318.436.089.653	0,92
		2017	282	1.120.000.000	315.840.000.000	791.428.577.199	443.770.270.269	0,61
		2018	250	1.120.000.000	280.000.000.000	821.471.284.053	476.887.194.322	0,58
21	KBRI	2016	50	8.687.995.734	434.399.786.700	419.158.054.955	844.568.778.363	1,01
		2017	50	8.687.995.734	434.399.786.700	293.061.447.857	878.173.162.999	1,12
		2018	50	8.687.995.734	434.399.786.700	169.688.518.214	889.238.993.546	1,25
22	KDSI	2016	350	405.000.000	141.750.000.000	419.784.286.104	722.488.734.446	0,76
		2017	550	405.000.000	222.750.000.000	485.539.501.101	842.752.226.515	0,80

		2018	1.000	405.000.000	405.000.000.000	555.171.029.401	836.245.435.111	0,89

Lanjutan Lampiran 2

No	Kode Perusahaan	Tahun	Closing Price	Jumlah Saham	EMV	EBV	D	Q
23	KIAS	2016	80	14.929.100.000	1.194.328.000.000	1.520.030.072.145	339.639.855.817	0,82
		2017	100	14.929.100.000	1.492.910.000.000	1.426.730.296.840	340.873.208.857	1,04
		2018	100	14.929.100.000	1.492.910.000.000	1.354.837.233.385	349.587.345.823	1,08
24	KICI	2016	120	276.000.000	33.120.000.000	89.009.754.475	50.799.380.910	0,60
		2017	171	276.000.000	47.196.000.000	91.498.438.996	57.921.570.888	0,70
		2018	284	276.000.000	78.384.000.000	94.649.601.902	59.439.145.864	0,89
25	KLBF	2016	1.515	46.875.122.110	71.015.809.996.650	12.463.847.141.085	2.762.162.069.572	4,85
		2017	1.690	46.875.122.110	79.218.956.365.900	13.894.031.782.689	2.722.207.633.646	4,93
		2018	1.520	46.875.122.110	71.250.185.607.200	15.294.594.796.354	2.851.611.349.015	4,08
26	LMPI	2016	135	1.008.517.669	136.149.885.315	408.172.119.564	402.192.705.158	0,66
		2017	167	1.008.517.669	168.422.450.723	376.256.327.751	458.292.046.535	0,75
		2018	144	1.008.517.669	145.226.544.336	330.490.664.696	456.214.088.287	0,76
27	LMSH	2016	590	96.000.000	56.640.000.000	117.316.469.122	45.511.700.128	0,63
		2017	640	96.000.000	61.440.000.000	129.622.003.077	31.541.423.763	0,58
		2018	580	96.000.000	55.680.000.000	132.692.208.290	27.335.071.863	0,52
28	MBTO	2016	185	1.070.000.000	197.950.000.000	440.926.897.711	269.032.270.377	0,66
		2017	135	1.070.000.000	144.450.000.000	412.742.622.543	367.927.139.244	0,66
		2018	126	1.070.000.000	134.820.000.000	300.499.756.873	347.517.123.452	0,74
29	PRAS	2016	170	701.043.478	119.177.391.260	693.001.882.560	903.464.665.102	0,64
		2017	220	701.043.478	154.229.565.160	676.405.303.408	865.838.417.894	0,66
		2018	177	701.043.478	124.084.695.606	688.129.187.984	947.413.833.531	0,66
30	RICY	2016	154	641.717.510	98.824.496.540	412.499.070.065	876.184.855.001	0,76
		2017	150	641.717.510	96.257.626.500	430.265.371.696	944.179.416.586	0,76
		2018	164	641.717.510	105.241.671.640	444.909.486.046	1.094.692.568.786	0,78
31	ROTI	2016	1.600	5.061.800.000	8.098.880.000.000	1.442.751.772.026	1.476.889.086.692	3,28
		2017	1.275	6.186.488.888	7.887.773.332.200	2.820.105.715.429	1.739.467.993.982	2,11
		2018	1.200	6.186.488.888	7.423.786.665.600	2.916.901.120.111	1.476.909.260.772	2,03
32	SIMA	2016	164	442.589.871	72.584.738.844	28.392.053.611	11.920.344.067	2,10
		2017	186	442.589.871	82.321.716.006	28.402.292.917	57.800.297.489	1,63
		2018	92	442.589.871	40.718.268.132	15.203.553.590	59.346.034.079	1,34
33	SKBM	2016	640	936.530.894	599.379.772.160	368.389.286.646	633.267.725.358	1,23

		2017	715	1.726.003.217	1.234.092.300.155	1.023.237.460.399	599.790.014.646	1,13
		2018	695	1.726.003.217	1.199.572.235.815	1.040.576.552.571	730.789.419.438	1,09

Lanjutan Lampiran 2

No	Kode Perusahaan	Tahun	Closing Price	Jumlah Saham	EMV	EBV	D	Q
34	SPMA	2016	194	2.114.570.958	410.226.765.852	1.079.146.551.310	1.079.705.864.640	0,69
		2017	212	2.114.570.958	448.289.043.096	1.172.195.335.156	1.003.465.519.958	0,67
		2018	248	2.114.570.958	524.413.597.584	1.254.609.679.208	1.028.235.953.716	0,68
35	SSTM	2016	360	1.170.909.181	421.527.305.160	237.940.410.456	411.713.925.506	1,28
		2017	380	1.170.909.181	444.945.488.780	212.465.671.723	393.177.629.584	1,38
		2018	452	1.170.909.181	529.250.949.812	215.250.324.630	346.923.856.267	1,56
36	STAR	2016	56	4.800.000.602	268.800.033.712	490.025.951.324	200.161.402.637	0,68
		2017	99	4.800.000.602	475.200.059.598	490.282.287.552	124.422.750.504	0,98
		2018	86	4.800.000.602	412.800.051.772	491.354.577.004	124.601.429.706	0,87
37	TALF	2016	420	1.353.435.000	568.442.700.000	751.895.484.830	129.777.537.129	0,79
		2017	418	1.353.435.000	565.735.830.000	766.164.831.783	155.076.156.734	0,78
		2018	324	1.353.435.000	438.512.940.000	808.378.986.806	176.218.785.183	0,62
38	TCID	2016	12.500	201.066.667	2.513.333.337.500	1.783.158.507.325	401.942.530.776	1,33
		2017	17.900	201.066.667	3.599.093.339.300	1.858.326.336.424	503.480.853.006	1,74
		2018	17.250	201.066.667	3.468.400.005.750	1.972.463.165.139	472.680.346.662	1,61
39	TIRT	2016	125	1.011.774.750	126.471.843.750	126.808.101.985	689.189.375.810	1,00
		2017	89	1.011.774.750	90.047.952.750	123.822.344.724	735.476.711.731	0,96
		2018	62	1.011.774.750	62.730.034.500	87.485.419.125	835.881.014.674	0,97
40	TOTO	2016	498	10.320.000.000	5.139.360.000.000	1.523.874.519.542	1.057.566.418.720	2,40
		2017	408	10.320.000.000	4.210.560.000.000	1.693.791.596.547	1.132.699.218.954	1,89
		2018	348	10.320.000.000	3.591.360.000.000	1.777.177.096.173	1.071.607.024.070	1,64
41	TRIS	2016	336	1.045.446.325	351.269.965.200	346.627.180.477	293.073.984.034	1,01
		2017	308	1.047.587.802	322.657.043.016	356.231.586.783	188.736.733.204	0,94
		2018	220	1.047.587.802	230.469.316.440	356.224.843.978	276.789.437.347	0,80
42	TSPC	2016	1.970	4.500.000.000	8.865.000.000.000	4.635.273.142.692	1.950.534.206.746	1,64
		2017	1.800	4.500.000.000	8.100.000.000.000	5.082.008.409.145	2.352.891.899.876	1,41
		2018	1.390	4.500.000.000	6.255.000.000.000	5.432.848.070.494	2.437.126.989.832	1,10
43	UNIT	2016	360	75.422.200	27.151.992.000	244.021.820.832	188.891.359.540	0,50
		2017	228	75.422.200	17.196.261.600	245.258.328.306	181.126.294.572	0,47
		2018	258	75.422.200	19.458.927.600	245.948.082.068	173.753.567.079	0,46

Lanjutan Lampiran 2

No	Kode Perusahaan	Tahun	Closing Price	Jumlah Saham	EMV	EBV	D	Q
44	VOKS	2016	1465	831.120.519	1.217.591.560.335	669.043.551.888	999.166.542.590	1,33
		2017	312	4.155.602.595	1.296.548.009.640	814.122.306.393	1.296.044.190.202	1,23
		2018	300	4.155.602.595	1.246.680.778.500	922.629.622.776	1.562.752.955.234	1,13
45	WIIM	2016	440	2.099.873.760	923.944.454.400	991.093.391.804	362.540.740.471	0,95
		2017	290	2.099.873.760	608.963.390.400	978.091.361.111	247.620.731.930	0,70
		2018	141	2.099.873.760	296.082.200.160	1.005.236.802.665	250.337.111.893	0,44
46	WTON	2016	825	8.715.466.600	7.190.259.945.000	2.491.233.447.304	2.171.844.871.657	2,01
		2017	500	8.715.466.600	4.357.733.300.000	2.747.935.334.086	4.320.040.760.957	1,23
		2018	376	8.715.466.600	3.277.015.441.600	3.136.812.010.205	5.744.966.289.467	1,02

Sumber: Bursa Efek Indonesia, Diolah Oleh Penulis (2020)

Lampiran 3. Data *Corporate Social Responsibility* Perusahaan Manufaktur Periode 2016-2018

No	Kode	Tahun	EKO	LKG	TK	HAM	MSY	PRDK	JLH	TOT. INDKTR	CSR	(%)
1	ALMI	2016	4	3	6	1	2	1	17	91	0,186813	19%
		2017	4	5	6	1	2	1	19	91	0,208791	21%
		2018	4	5	7	1	2	4	23	91	0,252747	25%
2	ALTO	2016	2	0	1	0	1	0	4	91	0,043956	4%
		2017	1	0	1	0	1	0	3	91	0,032967	3%
		2018	1	0	1	0	0	0	2	91	0,021978	2%
3	AMIN	2016	2	0	2	0	2	0	6	91	0,065934	7%
		2017	2	0	3	1	1	0	7	91	0,076923	8%
		2018	1	1	4	0	1	3	10	91	0,10989	11%
4	APLI	2016	1	3	3	1	0	0	8	91	0,087912	9%
		2017	1	2	3	1	0	0	7	91	0,076923	8%
		2018	1	3	3	1	1	1	10	91	0,10989	11%
5	ARNA	2016	3	5	4	1	2	1	16	91	0,175824	18%
		2017	4	5	2	1	2	1	15	91	0,164835	16%
		2018	3	3	3	1	2	1	13	91	0,142857	14%
6	BAJA	2016	3	5	6	1	1	2	18	91	0,197802	20%
		2017	3	5	6	2	1	2	19	91	0,208791	21%
		2018	3	5	6	2	1	2	19	91	0,208791	21%
7	BIMA	2016	2	5	3	0	1	1	12	91	0,131868	13%
		2017	2	5	3	0	1	1	12	91	0,131868	13%
		2018	2	5	3	0	1	1	12	91	0,131868	13%
8	BTON	2016	2	1	4	1	1	2	11	91	0,120879	12%
		2017	2	1	4	1	1	2	11	91	0,120879	12%
		2018	2	1	4	1	1	2	11	91	0,120879	12%
9	CEKA	2016	3	1	6	1	1	0	12	91	0,131868	13%
		2017	3	0	5	1	1	0	10	91	0,10989	11%
		2018	4	1	5	1	1	1	13	91	0,142857	14%
10	CINT	2016	4	1	7	1	1	3	17	91	0,186813	19%
		2017	3	1	6	1	1	3	15	91	0,164835	16%
		2018	3	1	6	1	1	3	15	91	0,164835	16%
11	EKAD	2016	3	2	4	2	2	2	15	91	0,164835	16%
		2017	3	3	4	2	2	2	16	91	0,175824	18%
		2018	3	4	6	2	2	2	19	91	0,208791	21%

Lanjutan Lampiran 3

No	Kode	Tahun	EKO	LKG	TK	HAM	MSY	PRDK	JLH	TOT. INDKTR	CSR	(%)
12	ETWA	2016	2	4	9	1	3	0	19	91	0,208791	21%
		2017	2	4	9	1	2	0	18	91	0,197802	20%
		2018	2	4	9	1	2	0	18	91	0,197802	20%
13	IGAR	2016	3	3	5	2	1	1	15	91	0,164835	16%
		2017	2	4	5	1	1	1	14	91	0,153846	15%
		2018	2	2	5	1	2	1	13	91	0,142857	14%
14	IMPC	2016	4	4	6	1	1	3	19	91	0,208791	21%
		2017	4	9	8	1	1	1	24	91	0,263736	26%
		2018	2	4	8	2	1	3	20	91	0,21978	22%
15	INAI	2016	3	2	1	0	1	2	9	91	0,098901	10%
		2017	2	3	2	1	1	3	12	91	0,131868	13%
		2018	2	3	4	1	1	2	13	91	0,142857	14%
16	INCI	2016	2	4	2	1	2	2	13	91	0,142857	14%
		2017	2	4	2	1	2	2	13	91	0,142857	14%
		2018	2	4	2	1	2	2	13	91	0,142857	14%
17	INDS	2016	3	1	4	0	1	0	9	91	0,098901	10%
		2017	3	1	4	0	1	0	9	91	0,098901	10%
		2018	3	1	4	0	1	0	9	91	0,098901	10%
18	KAEF	2016	5	10	8	1	1	4	29	91	0,318681	32%
		2017	5	11	9	2	1	4	32	91	0,351648	35%
		2018	6	13	8	2	1	4	34	91	0,373626	37%
19	KBLI	2016	3	4	4	2	1	3	17	91	0,186813	19%
		2017	3	4	6	2	1	3	19	91	0,208791	21%
		2018	3	5	7	2	4	3	24	91	0,263736	26%
20	KBLM	2016	1	5	7	1	1	3	18	91	0,197802	20%
		2017	1	5	7	2	1	3	19	91	0,208791	21%
		2018	1	5	9	3	1	3	22	91	0,241758	24%
21	KBRI	2016	2	5	5	1	1	0	14	91	0,153846	15%
		2017	2	5	5	1	1	0	14	91	0,153846	15%
		2018	2	5	5	1	1	0	14	91	0,153846	15%
22	KDSI	2016	2	2	2	1	3	2	12	91	0,131868	13%
		2017	2	2	2	1	3	1	11	91	0,120879	12%
		2018	2	2	2	1	3	1	11	91	0,120879	12%

Lanjutan Lampiran 3

No	Kode	Tahun	EKO	LKG	TK	HAM	MSY	PRDK	JLH	TOT. INDKTR	CSR	(%)
23	KIAS	2016	2	0	3	1	1	1	8	91	0,087912	9%
		2017	2	0	3	1	1	1	8	91	0,087912	9%
		2018	2	0	4	1	1	1	9	91	0,098901	10%
24	KICI	2016	1	0	1	0	0	0	2	91	0,021978	2%
		2017	1	0	1	0	0	0	2	91	0,021978	2%
		2018	1	0	1	0	0	0	2	91	0,021978	2%
25	KLBF	2016	2	2	7	2	2	3	18	91	0,197802	20%
		2017	2	2	7	2	2	3	18	91	0,197802	20%
		2018	2	2	7	2	2	3	18	91	0,197802	20%
26	LMPI	2016	1	1	3	1	0	0	6	91	0,065934	7%
		2017	1	1	3	1	0	0	6	91	0,065934	7%
		2018	1	1	3	1	0	0	6	91	0,065934	7%
27	LMSH	2016	2	4	4	1	1	2	14	91	0,153846	15%
		2017	2	4	5	2	1	2	16	91	0,175824	18%
		2018	2	5	6	2	1	2	18	91	0,197802	20%
28	MBTO	2016	4	6	2	0	2	0	14	91	0,153846	15%
		2017	4	6	5	0	2	0	17	91	0,186813	19%
		2018	4	6	2	0	2	0	14	91	0,153846	15%
29	PRAS	2016	2	0	4	1	1	0	8	91	0,087912	9%
		2017	2	0	4	1	1	0	8	91	0,087912	9%
		2018	2	0	4	1	1	0	8	91	0,087912	9%
30	RICY	2016	4	4	6	0	1	1	16	91	0,175824	18%
		2017	4	4	6	0	1	1	16	91	0,175824	18%
		2018	4	4	6	1	1	1	17	91	0,186813	19%
31	ROTI	2016	5	2	5	1	1	3	17	91	0,186813	19%
		2017	5	2	5	1	1	3	17	91	0,186813	19%
		2018	5	2	5	1	1	3	17	91	0,186813	19%
32	SIMA	2016	3	4	2	2	1	3	15	91	0,164835	16%
		2017	3	4	3	2	1	3	16	91	0,175824	18%
		2018	3	4	4	2	1	3	17	91	0,186813	19%
33	SKBM	2016	1	3	2	1	2	2	11	91	0,120879	12%
		2017	2	3	3	1	2	2	13	91	0,142857	14%
		2018	2	5	4	1	2	2	16	91	0,175824	18%

Lanjutan Lampiran 3

No	Kode	Tahun	EKO	LKG	TK	HAM	MSY	PRDK	JLH	TOT. INDKTR	CSR	(%)
34	SPMA	2016	3	6	1	1	1	0	12	91	0,131868	13%
		2017	3	7	1	1	1	0	13	91	0,142857	14%
		2018	3	6	0	1	1	0	11	91	0,120879	12%
35	SSTM	2016	1	0	1	0	1	0	3	91	0,032967	3%
		2017	1	0	1	0	1	0	3	91	0,032967	3%
		2018	1	0	1	0	1	0	3	91	0,032967	3%
36	STAR	2016	3	3	5	1	1	2	15	91	0,164835	16%
		2017	2	3	8	1	1	3	18	91	0,197802	20%
		2018	2	3	7	1	1	3	17	91	0,186813	19%
37	TALF	2016	2	1	2	1	1	2	9	91	0,098901	10%
		2017	2	2	2	1	1	2	10	91	0,10989	11%
		2018	3	2	2	1	1	2	11	91	0,120879	12%
38	TCID	2016	3	4	7	3	1	2	20	91	0,21978	22%
		2017	3	4	7	3	1	2	20	91	0,21978	22%
		2018	3	6	7	3	1	2	22	91	0,241758	24%
39	TIRT	2016	2	5	3	0	1	0	11	91	0,120879	12%
		2017	2	5	3	0	1	0	11	91	0,120879	12%
		2018	2	5	3	0	1	0	11	91	0,120879	12%
40	TOTO	2016	2	7	6	1	2	2	20	91	0,21978	22%
		2017	3	7	6	1	2	2	21	91	0,230769	23%
		2018	3	7	6	1	2	2	21	91	0,230769	23%
41	TRIS	2016	3	8	5	1	1	2	20	91	0,21978	22%
		2017	3	8	5	1	1	2	20	91	0,21978	22%
		2018	3	8	5	1	1	2	20	91	0,21978	22%
42	TSPC	2016	1	2	2	1	1	0	7	91	0,076923	8%
		2017	1	2	2	1	1	0	7	91	0,076923	8%
		2018	1	2	2	1	1	0	7	91	0,076923	8%
43	UNIT	2016	2	5	6	1	1	1	16	91	0,175824	18%
		2017	2	6	8	1	1	2	20	91	0,21978	22%
		2018	2	6	8	1	1	2	20	91	0,21978	22%
44	VOKS	2016	2	2	7	2	1	2	16	91	0,175824	18%
		2017	2	2	7	2	1	2	16	91	0,175824	18%
		2018	2	3	9	2	1	2	19	91	0,208791	21%

Lanjutan Lampiran 3

No	Kode	Tahun	EKO	LKG	TK	HAM	MSY	PRDK	JLH	TOT. INDKTR	CSR	(%)
45	WIIM	2016	3	7	9	1	1	3	24	91	0,263736	26%
		2017	3	7	10	1	1	3	25	91	0,274725	27%
		2018	3	8	11	2	2	3	29	91	0,318681	32%
46	WTON	2016	4	6	12	2	3	3	30	91	0,32967	33%
		2017	4	6	14	2	5	3	34	91	0,373626	37%
		2018	5	6	15	2	5	3	36	91	0,395604	40%

Sumber: Bursa Efek Indonesia, Diolah Oleh Penulis (2020)

Lampiran 4. Indikator GRI-G4

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 (entry level) 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

Lanjutan Lampiran 4

KATEGORI: LINGKUNGAN	
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 iucn red list 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 (grk) langsung (cakupan 1)
G4-EN16	Emisi gas rumah kaca (grk) energi tidak langsung (cakupan 2)
G4-EN17	Emisi gas rumah kaca (grk) tidak langsung lainnya (cakupan 3)

Lanjutan Lampiran 4

KATEGORI: LINGKUNGAN	
G4-EN18	Intensitas emisi gas rumah kaca (grk)
G4-EN19	Pengurangan emisi gas rumah kaca (grk)
G4-EN20	Emisi bahan perusak ozon (bpo)
G4-EN21	Nox, sox, dan emisi udara signifikan lainny
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 menurut ketentuan konvensi basel2 lampiran i, ii, iii, dan viii 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 lingungan 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 penapisan 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

Lanjutan Lampiran 4

KATEGORI: SOSIAL	
SUB-KATEGORI: PRAKTIK KETENAGAKERJAAN DAN KENYAMANAN BEKERJA	
Aspek: Kepegawaian	
G4-LA1	Jumlah total dan tingkat perekrutan karyawan baru dan turnover 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 dan 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

Lanjutan Lampiran 4

KATEGORI: SOSIAL	
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
SUB-KATEGORI: HAK ASASI MANUSIA	
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 hak asasi manusia terkait dengan aspek hak asasi manusia yang relevan dengan operasi, termasuk 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

Lanjutan Lampiran 4

SUB-KATEGORI: HAK ASASI MANUSIA	
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 reviu atau asesmen dampak hak asasi manusia
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
SUB-KATEGORI:MASYARAKAT	
Aspek: Masyarakat Lokal	
G4-SO1	Persentase operasi dengan pelibatan 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

Lanjutan Lampiran 4

SUB-KATEGORI:MASYARAKAT	
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, anti-trust, 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
SUB-KATEGORI: TANGGUNG JAWAB ATAS PRODUK	
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 koda sukarela terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, menurut jenis hasil
G4-PR5	Hasil survei untuk mengukur kepuasan pelanggan

Lanjutan Lampiran 4

SUB-KATEGORI: TANGGUNG JAWAB ATAS PRODUK	
Aspek: Komunikasi Pemasaran	
G4-PR6	Penjualan produk yang dilarang atau disengketakan
G4-PR7	Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda 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

Lampiran 5. Hasil *Output Eviews* 10

Hasil Statistik Deskriptif

	NP	ROA	CSR	ROA*CSR
Mean	1.230652	0.031716	0.161093	0.005827
Median	0.965000	0.035572	0.164835	0.005403
Maximum	4.930000	0.189156	0.395604	0.033375
Minimum	0.300000	-0.194882	0.021978	-0.036407
Std. Dev.	0.823954	0.067370	0.072959	0.011510
Skewness	2.248542	-0.499617	0.561933	-0.474553
Kurtosis	8.808745	4.203339	3.894667	4.431445
Jarque-Bera	310.3004	14.06734	11.86514	16.96157
Probability	0.000000	0.000882	0.002652	0.000207
Sum	169.8300	4.376767	22.23077	0.804088
Sum Sq. Dev.	93.00924	0.621800	0.729259	0.018148
Observations	138	138	138	138

Sumber: Hasil Output Regresi Data Panel Eviews 10

Hasil Regresi Data Panel dengan *Common Effect Model*

Dependent Variable: NILAI_PERUSAHAAN
Method: Panel Least Squares
Date: 02/10/20 Time: 21:58
Sample: 2016 2018
Periods included: 3
Cross-sections included: 46
Total panel (balanced) observations: 138

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
ROA	-2.747491	3.159741	-0.869531	0.3861
CSR	1.062198	1.077915	0.985419	0.3262
ROA*CSR	41.45284	19.38715	2.138161	0.0343
C	0.905144	0.175524	5.156821	0.0000
R-squared	0.180608	Mean dependent var		1.230652
Adjusted R-squared	0.162263	S.D. dependent var		0.823954
S.E. of regression	0.754148	Akaike info criterion		2.302101
Sum squared resid	76.21103	Schwarz criterion		2.386949
Log likelihood	-154.8449	Hannan-Quinn criter.		2.336581
F-statistic	9.845294	Durbin-Watson stat		0.189809
Prob(F-statistic)	0.000007			

Sumber: Hasil Output Regresi Data Panel Eviews 10

Hasil Regresi Data Panel dengan *Fixed Effect Model*

Dependent Variable: NILAI_PERUSAHAAN
Method: Panel Least Squares
Date: 02/10/20 Time: 21:59
Sample: 2016 2018
Periods included: 3
Cross-sections included: 46
Total panel (balanced) observations: 138

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
ROA	0.773356	2.388140	0.323832	0.7468
CSR	3.688009	1.588034	2.322374	0.0225
ROA*CSR	16.51493	15.29889	1.079485	0.2833
C	1.753062	0.257219	6.815436	0.0000

Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)

R-squared	0.940260	Mean dependent var	1.230652
Adjusted R-squared	0.908040	S.D. dependent var	0.823954
S.E. of regression	0.249863	Akaike info criterion	0.335719
Sum squared resid	5.556400	Schwarz criterion	1.375106
Log likelihood	25.83541	Hannan-Quinn criter.	0.758100
F-statistic	29.18295	Durbin-Watson stat	2.107711
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: Hasil Output Regresi Data Panel Eviews 10

Hasil Regresi Data Panel dengan *Random Effect Model*

Dependent Variable: NILAI_PERUSAHAAN				
Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)				
Date: 02/10/20 Time: 21:59				
Sample: 2016 2018				
Periods included: 3				
Cross-sections included: 46				
Total panel (balanced) observations: 138				
Swamy and Arora estimator of component variances				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
ROA	1.341237	2.214135	2.605761	0.0457
CSR	1.845591	1.154010	2.732742	0.0450
ROA*CSR	23.57754	14.07132	2.675574	0.0362
C	1.272029	0.213533	5.957054	0.0000
Effects Specification				
			S.D.	Rho
Cross-section random			0.727737	0.8945
Idiosyncratic random			0.249863	0.1055
Weighted Statistics				
R-squared	0.097688	Mean dependent var		0.239294
Adjusted R-squared	0.377486	S.D. dependent var		0.265832
S.E. of regression	0.255325	Sum squared resid		8.735593
F-statistic	4.835769	Durbin-Watson stat		1.391071
Prob(F-statistic)	0.003153			
Unweighted Statistics				
R-squared	0.108106	Mean dependent var		1.230652
Sum squared resid	82.95437	Durbin-Watson stat		0.146488

Sumber: Hasil Output Regresi Data Panel Eviews 10

Hasil Uji Model Menggunakan *Chow Test*

Redundant Fixed Effects Tests
Equation: Untitled
Test cross-section fixed effects

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	25.149226	(45,89)	0.0000
Cross-section Chi-square	361.360701	45	0.0000

Cross-section fixed effects test equation:
Dependent Variable: NILAI_PERUSAHAAN
Method: Panel Least Squares
Date: 02/10/20 Time: 22:00
Sample: 2016 2018
Periods included: 3
Cross-sections included: 46
Total panel (balanced) observations: 138

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
ROA	-2.747491	3.159741	-0.869531	0.3861
CSR	1.062198	1.077915	0.985419	0.3262
ROA*CSR	41.45284	19.38715	2.138161	0.0343
C	0.905144	0.175524	5.156821	0.0000

R-squared	0.180608	Mean dependent var	1.230652
Adjusted R-squared	0.162263	S.D. dependent var	0.823954
S.E. of regression	0.754148	Akaike info criterion	2.302101
Sum squared resid	76.21103	Schwarz criterion	2.386949
Log likelihood	-154.8449	Hannan-Quinn criter.	2.336581
F-statistic	9.845294	Durbin-Watson stat	0.189809
Prob(F-statistic)	0.000007		

Sumber: Hasil Output Regresi Data Panel Eviews 10

Hasil Uji Model Menggunakan *Hausman Test*

Correlated Random Effects - Hausman Test
Equation: Untitled
Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	8.922929	3	0.2303

Cross-section random effects test comparisons:

Variable	Fixed	Random	Var(Diff.)	Prob.
ROA	-0.773356	-1.341237	0.800817	0.5257
CSR	-3.688009	-0.845591	1.190113	0.0092
ROA*CSR	16.514929	23.577544	36.053933	0.2395

Cross-section random effects test equation:
Dependent Variable: NILAI_PERUSAHAAN
Method: Panel Least Squares
Date: 02/10/20 Time: 22:00
Sample: 2016 2018
Periods included: 3
Cross-sections included: 46
Total panel (balanced) observations: 138

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.753062	0.257219	6.815436	0.0000
ROA	-0.773356	2.388140	-0.323832	0.7468
CSR	-3.688009	1.588034	-2.322374	0.0225
ROA*CSR	16.51493	15.29889	1.079485	0.2833

Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)

R-squared	0.940260	Mean dependent var	1.230652
Adjusted R-squared	0.908040	S.D. dependent var	0.823954
S.E. of regression	0.249863	Akaike info criterion	0.335719
Sum squared resid	5.556400	Schwarz criterion	1.375106
Log likelihood	25.83541	Hannan-Quinn criter.	0.758100
F-statistic	29.18295	Durbin-Watson stat	2.107711
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: Hasil Output Regresi Data Panel Eviews 10

Hasil Uji Model Menggunakan *Lagrange Multiplier*

Lagrange Multiplier Tests for Random Effects
Null hypotheses: No effects
Alternative hypotheses: Two-sided (Breusch-Pagan) and one-sided (all others) alternatives

	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	103.7573 (0.0000)	0.987428 (0.3204)	104.7447 (0.0000)
Honda	10.18613 (0.0000)	-0.993694 --	6.500035 (0.0000)
King-Wu	10.18613 (0.0000)	-0.993694 --	1.128917 (0.1295)
Standardized Honda	10.60591 (0.0000)	-0.716603 --	2.254034 (0.0121)
Standardized King-Wu	10.60591 (0.0000)	-0.716603 --	-1.030613 --
Gourierioux, et al.*	--	--	103.7573 (< 0.01)

*Mixed chi-square asymptotic critical values:

1%	7.289
5%	4.321
10%	2.952

Sumber: Hasil Output Regresi Data Panel Eviews 10

Lampiran 6. Titik Persentase Distribusi t

df = 1-40

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	**0.50**	**0.20**	**0.10**	**0.050**	**0.02**	**0.010**	**0.002**
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

Sumber:Junaidi, 2010

Lanjutan Lampiran 6

df = 41-80

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	**0.50**	**0.20**	**0.10**	**0.050**	**0.02**	**0.010**	**0.002**
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Sumber:Junaidi, 2010

Lanjutan Lampiran 6

df = 81-120

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	**0.50**	**0.20**	**0.10**	**0.050**	**0.02**	**0.010**	**0.002**
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Sumber:Junaidi, 2010

Lanjutan Lampiran 6

df = 121-160

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	**0.50**	**0.20**	**0.10**	**0.050**	**0.02**	**0.010**	**0.002**
121	0.67652	1.28859	1.65754	1.97976	2.35756	2.61707	3.15895
122	0.67651	1.28853	1.65744	1.97960	2.35730	2.61673	3.15838
123	0.67649	1.28847	1.65734	1.97944	2.35705	2.61639	3.15781
124	0.67647	1.28842	1.65723	1.97928	2.35680	2.61606	3.15726
125	0.67646	1.28836	1.65714	1.97912	2.35655	2.61573	3.15671
126	0.67644	1.28831	1.65704	1.97897	2.35631	2.61541	3.15617
127	0.67643	1.28825	1.65694	1.97882	2.35607	2.61510	3.15565
128	0.67641	1.28820	1.65685	1.97867	2.35583	2.61478	3.15512
129	0.67640	1.28815	1.65675	1.97852	2.35560	2.61448	3.15461
130	0.67638	1.28810	1.65666	1.97838	2.35537	2.61418	3.15411
131	0.67637	1.28805	1.65657	1.97824	2.35515	2.61388	3.15361
132	0.67635	1.28800	1.65648	1.97810	2.35493	2.61359	3.15312
133	0.67634	1.28795	1.65639	1.97796	2.35471	2.61330	3.15264
134	0.67633	1.28790	1.65630	1.97783	2.35450	2.61302	3.15217
135	0.67631	1.28785	1.65622	1.97769	2.35429	2.61274	3.15170
136	0.67630	1.28781	1.65613	1.97756	2.35408	2.61246	3.15124
137	0.67628	1.28776	1.65605	1.97743	2.35387	2.61219	3.15079
138	0.67627	1.28772	1.65597	1.97730	2.35367	2.61193	3.15034
139	0.67626	1.28767	1.65589	1.97718	2.35347	2.61166	3.14990
140	0.67625	1.28763	1.65581	1.97705	2.35328	2.61140	3.14947
141	0.67623	1.28758	1.65573	1.97693	2.35309	2.61115	3.14904
142	0.67622	1.28754	1.65566	1.97681	2.35289	2.61090	3.14862
143	0.67621	1.28750	1.65558	1.97669	2.35271	2.61065	3.14820
144	0.67620	1.28746	1.65550	1.97658	2.35252	2.61040	3.14779
145	0.67619	1.28742	1.65543	1.97646	2.35234	2.61016	3.14739
146	0.67617	1.28738	1.65536	1.97635	2.35216	2.60992	3.14699
147	0.67616	1.28734	1.65529	1.97623	2.35198	2.60969	3.14660
148	0.67615	1.28730	1.65521	1.97612	2.35181	2.60946	3.14621
149	0.67614	1.28726	1.65514	1.97601	2.35163	2.60923	3.14583
150	0.67613	1.28722	1.65508	1.97591	2.35146	2.60900	3.14545
151	0.67612	1.28718	1.65501	1.97580	2.35130	2.60878	3.14508
152	0.67611	1.28715	1.65494	1.97569	2.35113	2.60856	3.14471
153	0.67610	1.28711	1.65487	1.97559	2.35097	2.60834	3.14435
154	0.67609	1.28707	1.65481	1.97549	2.35081	2.60813	3.14400
155	0.67608	1.28704	1.65474	1.97539	2.35065	2.60792	3.14364
156	0.67607	1.28700	1.65468	1.97529	2.35049	2.60771	3.14330
157	0.67606	1.28697	1.65462	1.97519	2.35033	2.60751	3.14295
158	0.67605	1.28693	1.65455	1.97509	2.35018	2.60730	3.14261
159	0.67604	1.28690	1.65449	1.97500	2.35003	2.60710	3.14228
160	0.67603	1.28687	1.65443	1.97490	2.34988	2.60691	3.14195