

**PENGARUH TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN  
(CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN  
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar  
di Bursa Efek Indonesia Periode 2013 dan 2014)**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta  
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh:  
NINDRI HASTUTI  
12812141010

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
JURUSAN PENDIDIKAN AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
2016**

**PERSETUJUAN**

**PENGARUH TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN  
(CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN  
(STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR  
DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2013 DAN 2014)**

**SKRIPSI**

Oleh :  
Nindri Hastuti  
12812141010

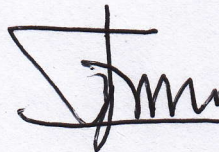


Telah disetujui dan disahkan  
Pada tanggal 23 Agustus 2016

Untuk dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Akuntansi  
Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Ekonomi  
Universitas Negeri Yogyakarta

Disetujui

Dosen Pembimbing



Abdullah Taman, SE., M.Si., Ak., CA.  
NIP. 19630624 199001 1 1001

**PENGESAHAN**

Skripsi yang berjudul :




**PENGARUH TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN  
(CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN  
(STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR  
DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2013 DAN 2014)**

Yang disusun oleh :

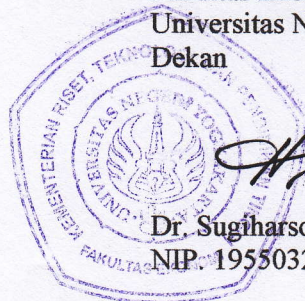
**NINDRI HASTUTI  
12812141010**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 8 September 2016 dan dinyatakan lulus.

**DEWAN PENGUJI**

Nama Lengkap	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
Dr. Ngadirin Setiawan, SE., MS.	Ketua Penguji		20/9 - 2016
Abdullah Taman, SE., M.Si., Ak., CA.	Sekretaris Penguji		20/9 - 2016
Prof. Sukirno, M.Si., Ph.D.	Penguji Utama		19/9 - 2016

Yogyakarta, 23 September 2016  
Fakultas Ekonomi  
Universitas Negeri Yogyakarta  
Dekan



Dr. Sugiharsono, M.Si.  
NIP. 19550328 198303 1 002

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Nindri Hastuti  
NIM : 12812141010  
Program Studi : Akuntansi  
Fakultas : Ekonomi  
Judul Tugas Akhir : PENGARUH TANGGUNG JAWAB SOSIAL  
PERUSAHAAN (*CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY*) TERHADAP NILAI  
PERUSAHAAN  
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang  
Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013 dan  
2014)

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Se jauh pengetahuan saya, tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan tata penulisan karya ilmiah yang telah lazim.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 23 Agustus 2016

Penulis,



Nindri Hastuti

NIM. 12812141010

## **MOTTO**

“Kebanggaan kita yang terbesar adalah bukan tidak pernah gagal, tetapi bangkit kembali setiap kali kita jatuh.”

(Confusius)

*“First they ignore you. Then they laugh at you. Then they fight you. Then you win.”*

(Mahatma Gandhi)

“Percayalah, Ibu dan Bapakmu adalah orang pertama yang paling bahagia ketika melihatmu sukses.”

(Penulis)

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Dengan memanjatkan Puji Syukur kehadiran Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya, karya sederhana ini penulis persembahkan kepada :

1. Ayah tercinta Ismangil dan Ibu tercinta Sumiyati yang selalu mendukung, memotivasi, memberi semangat, dan selalu mendoakan penulis. Terima kasih untuk semuanya.
2. Kakak tercinta Septiana, yang selalu memberikan dukungan penuh terhadap penulis.
3. Seluruh keluarga dan sanak saudara yang memberikan dukungan terhadap penulis.

**PENGARUH TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN (*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN  
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar  
di Bursa Efek Indonesia Periode 2013 dan 2014)**

Oleh :  
Nindri Hastuti  
12812141010

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) pengaruh Dimensi Ekonomi dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur, (2) pengaruh Dimensi Lingkungan dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur, (3) pengaruh Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur, (4) pengaruh Dimensi HAM dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur, (5) pengaruh Dimensi Sosial dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur, (6) pengaruh Dimensi Produk dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur, dan (7) pengaruh Dimensi Ekonomi, Lingkungan, Tenaga Kerja, HAM, Sosial dan Produk dalam CSR secara simultan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur.

Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2013 dan 2014. Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 277 perusahaan yang diambil menggunakan teknik *purposive sampling*. Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, linearitas, multikolonieritas, uji heterokedastisitas dan uji autokorelasi. Uji hipotesis pada penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana dan regresi berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Dimensi Ekonomi dalam CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur dengan persamaan regresi  $Y = -0,416 + 4,213X1$  (2) Dimensi Lingkungan dalam CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur dengan persamaan regresi  $Y = 0,109 + 2,765X2$  (3) Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur dengan persamaan regresi  $Y = -0,558 + 3,030X3$ . (4) Dimensi HAM dalam CSR berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur dengan persamaan regresi  $Y = 0,604 + 1,560X4$ . (5) Dimensi Sosial dalam CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur dengan persamaan regresi  $Y = -0,788 + 6,030X5$ . (6) Dimensi Produk dalam CSR berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur persamaan regresi  $Y = 1,278 - 0,312X6$ , dan (7) Dimensi Ekonomi, Lingkungan, Tenaga Kerja, HAM, Sosial dan Produk dalam CSR secara simultan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur dengan nilai F hitung  $> F$  tabel yaitu  $26,444 > 3,700$ . Persamaan regresinya  $Y = -0,586 + 3,810X1 - 3,544X2 + 0,775X3 - 2,303X4 + 5,558X5 + 0,126X6$ .

**Kata Kunci:** Dimensi Ekonomi, Lingkungan, Tenaga Kerja, HAM, Sosial dan Produk dalam CSR, Nilai Perusahaan Manufaktur.

**THE INFLUENCE OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR )  
ON FIRM VALUES**  
*( Empirical Study on Manufacturing Companies  
Listed in Indonesia Stock Exchange Period of 2013 and 2014 )*

by :  
Nindri Hastuti  
12812141010

**ABSTRACT**

*This study aims to know: (1) the influence of Economic Dimension in CSR to Value Manufacturing Company, (2) the influence of Environmental Dimension in CSR to Value Manufacturing Company, (3) the influence of Employee Dimensions in CSR to Value Manufacturing Company, (4) the influence Human Rights Dimension in CSR to Value Manufacturing company, (5) the influence of the Social Dimension in CSR to Value Manufacturing company, (6) the influence of Product Dimension in CSR to Value Manufacturing company, and (7) the simultaneous influence of Economic Dimension, Environment, Employee, Human Rights, Social and Products in CSR to the Value of Manufacturing.*

*The population of this study is manufacturing companies listed on the Stock Exchange in 2013 and 2014. The number of sample which are used in this study are 277 corporations taken by using purposive sampling method. Classic assumption test including normality test , linearity , multicollinearity , heteroscedasticity test and autocorrelation test . The hypothesis in this study using simple regression analysis and regression .*

*The results of this study indicate that: (1) The Economic Dimension in CSR has positive and significant effect on the value of Manufacturing with regression equation  $Y = -0,416 + 4,213X1$  (2) Environmental Dimension in CSR has positive and significant effect on the value of Manufacturing with regression equation  $Y = 0,109 + 2,765X2$  (3) Employee Dimension in CSR has positive and significant effect on the value of Manufacturing with regression equation  $Y = -0,558 + 3,030X3$ . (4) The Human Rights Dimension in CSR has negative and not significant effect on the value of Manufacturing with regression equation  $Y = 0,604 + 1,560X4$ . (5) Social Dimension in CSR has positive and significant effect on the value of Manufacturing with regression equation  $Y = -0,788 + 6,030X5$ . (6) Product Dimensions in CSR has negative and not significant effect on the value of Manufacturing regression equation  $Y = 1,278 - 0,312X6$ , and (7) the Economic Dimension, Environment, Employee, Human Rights, Social and Products in CSR simultaneously affected on the Value of Manufacturing, indicated by  $F > F$  table is  $26,444 > 3,700$ . The regression equation  $Y = -0.586 + 3,810X1 - 3,544X2 + 0,775X3 - 2,303X4 + 5,558X5 + 0,126X6$ .*

*Keywords : Economic Dimension, Environment, Employee, Human Rights, Social and Products in CSR, Value Manufacturing Company.*

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013 dan 2014)”.

Penulis menyadari penelitian ini jauh dari sempurna, semua itu tidak terlepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Ada banyak pihak yang memberikan bantuan moril dan materiil baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini. Melalui kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Prof. Rochmat Wahab, M.Pd., M.A., Rektor Universitas Negeri Yogyakarta.
2. Dr. Sugiharsono, M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
3. Prof. Sukirno, Ph.D., Wakil Dekan I FE UNY sekaligus dosen narasumber yang telah memberikan bantuan, arahan, saran dan masukan dalam penyusunan Tugas Akhir Skripsi.
4. Abdullah Taman, SE., M.Si., Ak., CA., Ketua Jurusan Pendidikan Akuntansi FE UNY sekaligus dosen pembimbing yang dengan sabar telah memberikan bimbingan dan pengarahan selama proses penyusunan Tugas Akhir Skripsi.
5. Mahendra Adhi Nugroho, M. Sc., Ketua Program Studi Akuntansi.
6. Mimin Nur Aisyah, M. Sc., Ak., Dosen Pembimbing Akademik.




6. Mimin Nur Aisyah, M. Sc., Ak., Dosen Pembimbing Akademik.
7. Segenap Dosen dan Staf Universitas Negeri Yogyakarta Fakultas Ekonomi Program Studi Akuntansi.
8. Kedua orangtua tercinta, Bapak Ismangil dan Ibu Sumiyati atas segala kasih sayang, do'a, pengorbanan dan dukungan demi keberhasilan studi selama ini.
9. Kakak tercinta, Septiana atas segala do'a dan dukungan yang sangat berharga bagi penulis.
10. Sabto Widiatmoko, terimakasih telah menjadi sahabat, kakak, dan penyemangat terbaik yang selalu memberikan dukungannya selama ini.
11. Sahabat-sahabat tersayang : Ratria Agustiandari, Trinanda Hanum Hartan, Astri Pramudianti, Listiya Nuraini, Lilis Suryani, Yohanita Dwi Kartikasari, dan Uswatun Khasanah yang telah memberikan semangat untuk menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi.
12. Teman-teman Akuntansi A tercinta, atas kebersamaan dan dukungan yang diberikan.
13. Seluruh pihak yang telah memberikan bantuan secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhirnya kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu dalam kesempatan ini, semoga Allah SWT melimpahkan pahala dan rizki atas segala amal baiknya, terlebih bagi umatnya yang sedang menimba ilmu bermanfaat.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 23 Agustus 2016

Penulis

  
Nindri Hastuti  
NIM.12812141010

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Pembatasan Masalah.....	8
D. Rumusan Masalah .....	8
E. Tujuan Penelitian .....	9
F. Manfaat Penelitian .....	10
BAB II KAJIAN TEORI DAN PERUMUSAN HIPOTESIS .....	12
A. Kajian Pustaka.....	12
1. Nilai Perusahaan.....	12
2. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) .....	20
B. Penelitian yang Relevan .....	33
C. Kerangka Berpikir .....	38
1. Pengaruh Dimensi Ekonomi dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013 dan 2014 .....	38
2. Pengaruh Dimensi Lingkungan dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013 dan 2014 .....	38

3. Pengaruh Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013 dan 2014 .	39
4. Pengaruh Dimensi HAM dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013 dan 2014 .....	40
5. Pengaruh Dimensi Sosial dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013 dan 2014 .....	40
6. Pengaruh Dimensi Produk dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013 dan 2014 .....	40
7. Pengaruh Dimensi Ekonomi, Lingkungan, Tenaga Kerja, HAM, Sosial, dan Produk dalam CSR secara bersama-sama terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013 dan 2014 .	41
D. Paradigma Penelitian .....	42
E. Hipotesis Penelitian .....	43
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>45</b>
A. Tempat dan Waktu Penelitian .....	45
B. Desain Penelitian .....	45
C. Variabel Penelitian .....	45
D. Definisi Operasional Variabel .....	46
1. Variabel Dependen (Terikat).....	46
2. Variabel Independen (Bebas) .....	47
E. Populasi dan Sampel .....	59
F. Teknik Pengumpulan Data .....	60
G. Teknik Analisis Data .....	60
1. Statistik Deskriptif.....	60
2. Uji Asumsi Klasik .....	61
3. Uji Hipotesis.....	64
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>70</b>
A. Deskripsi Data Penelitian .....	70
B. Hasil Uji Analisis Data Penelitian.....	71
1. Statistik Deskriptif.....	71
2. Uji Asumsi Klasik .....	84
3. Hasil Uji Hipotesis Penelitian .....	91
C. Pembahasan .....	106

D. Keterbatasan Penelitian .....	119
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	120
A. Kesimpulan.....	120
B. Saran.....	122
DAFTAR PUSTAKA.....	124
LAMPIRAN.....	128

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. <i>The Triple Bottom Line of Corporate Social Responsibility</i> .....	26
2. Sampel Penelitian.....	60
3. Kriteria Uji Autokorelasi.....	64
4. Prosedur Kriteria Pemilihan Sampel.....	70
5. Hasil Analisis Statistik Dekriptif.....	71
6. Distribusi Frekuensi Nilai Perusahaan Manufaktur.....	74
7. Distribusi Frekuensi Dimensi Ekonomi dalam CSR.....	75
8. Distribusi Frekuensi Dimensi Lingkungan dalam CSR.....	77
9. Distribusi Frekuensi Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR.....	79
10. Distribusi Frekuensi Dimensi HAM dalam CSR.....	80
11. Distribusi Frekuensi Dimensi Sosial dalam CSR.....	82
12. Distribusi Frekuensi Dimensi Produk dalam CSR.....	84
13. Hasil Uji Normalitas.....	85
14. Hasil Uji Linearitas Variabel.....	86
15. Hasil Uji Multikolonieritas.....	88
16. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	89
17. Hasil Uji Autokorelasi.....	90
18. Ringkasan Hasil Regresi Linier Sederhana Pengaruh Dimensi Ekonomi dalam CSR terhadap Nilai PerusahaaManufaktur.....	92
19. Ringkasan Hasil Regresi Linier Sederhana Pengaruh Dimensi Lingkungan dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur.....	93
20. Ringkasan Hasil Regresi Linier Sederhana Pengaruh Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur.....	95
21. Ringkasan Hasil Regresi Linier Sederhana Pengaruh Dimensi HAM dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur.....	97
22. Ringkasan Hasil Regresi Linier Sederhana Pengaruh Dimensi Sosial dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur.....	98
23. Ringkasan Hasil Regresi Linier Sederhana Pengaruh Dimensi Produk dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur.....	100
24. Ringkasan Hasil Regresi Linier Berganda Pengaruh Dimensi Ekonomi, Lingkungan, Tenaga Kerja, HAM, Sosial dan Produk dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur.....	102
25. Rekapitulasi Hasil Pengujian Hipotesis.....	105
26. Sumbangan Relatif dan Sumbangan Efektif.....	106

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Paradigma Penelitian.....	42
2. Histogram Distribusi Frekuensi Nilai Perusahaan Manufaktur.....	74
3. Histogram Distribusi Frekuensi variabel Dimensi Ekonomi dalam CSR.....	76
4. Histogram Distribusi Frekuensi variabel Dimensi Lingkungan dalam CSR.....	77
5. Histogram Distribusi Frekuensi variabel Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR.....	79
6. Histogram Distribusi Frekuensi variabel Dimensi HAM dalam CSR....	81
7. Histogram Distribusi Frekuensi variabel Dimensi Sosial dalam CSR... Histogram Distribusi Frekuensi variabel Dimensi Produk dalam CSR..	82 84

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Daftar Populasi Tahun 2013.....	129
2. Daftar Populasi Tahun 2014.....	133
3. Daftar Sampel.....	137
4. Data Nilai Perusahaan tahun 2013.....	139
5. Data Nilai Perusahaan tahun 2014.....	141
6. Data Penelitian Variabel CSR .....	143
7. Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	147
8. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	148
9. Hasil Uji Analisis Regresi.....	155
10. Hasil Sumbangan Relatif dan Sumbangan Efektif.....	160

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Era globalisasi ditandai dengan banyaknya perusahaan yang mulai mengembangkan usahanya, diantaranya adalah perusahaan manufaktur. Perusahaan manufaktur mengalami proses yang panjang mulai dari mengolah bahan mentah menjadi bahan jadi dengan tujuan memaksimalkan nilai perusahaan yang nantinya akan menunjukkan baik atau tidaknya perusahaan tersebut di masa mendatang. Hal ini dapat menjadi acuan bagi para pemegang saham untuk menempatkan modalnya di perusahaan tersebut.

Naik turunnya nilai perusahaan dapat dilihat dari harga sahamnya. Perusahaan yang memiliki tingkat nilai perusahaan yang tinggi, dianggap dapat mensejahterakan pemegang saham, dan hal tersebut dapat menarik para investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut.

Pada dasarnya nilai perusahaan dapat diukur melalui beberapa aspek, salah satunya adalah dengan harga pasar saham perusahaan, karena harga pasar saham perusahaan mencerminkan penilaian investor secara keseluruhan atas setiap ekuitas yang dimiliki. Harga pasar saham menunjukkan penilaian dari seluruh pelaku pasar, harga pasar saham bertindak sebagai barometer kinerja manajemen perusahaan. Jika nilai suatu perusahaan dapat diprosikan dengan harga saham, maka memaksimalkan nilai perusahaan sama dengan memaksimalkan harga pasar saham.

Harga saham perusahaan manufaktur berfluktuasi setiap tahunnya. Ketidakstabilan harga saham sangat menyulitkan investor dalam melakukan investasi. Investor tidak sembarangan dalam melakukan investasi atas dana



yang dimilikinya, terlebih dahulu mereka harus mempertimbangkan berbagai informasi.

Terjadinya penurunan nilai perusahaan yang diakibatkan oleh turunnya harga saham perusahaan dapat dilihat dari kasus-kasus dalam perusahaan. Contohnya kasus yang menyebabkan penurunan harga saham terdapat pada lima saham yang sempat membuai pelaku pasar karena harga sahamnya naik dan turun secara signifikan pada tahun 2011-2013. Lima perusahaan tersebut yaitu: PT. Garda Tujuh Buana Tbk (GTBO), PT. Bumi Resources Tbk (BUMI), PT. Krakatau Steel Tbk (KRAS), PT. Bakrieland Development Tbk (ELTY), dan PT. Garuda Indonesia (GIAA). Penurunan harga saham tersebut dikarenakan adanya masalah dalam laporan keuangan terutama mengenai kepemilikan saham dan tata kelola perusahaan yang kurang baik dimana CSR merupakan salah satu faktor yang menunjukkan baik atau tidaknya tata kelola perusahaan tersebut. ([www.liputan6.com](http://www.liputan6.com))

Terjadinya pergerakan saham perusahaan dipengaruhi oleh berbagai faktor, diantaranya adalah kondisi perusahaan, kondisi ekonomi dan sosial, politik negara, serta budaya masyarakat (Widiatmojo, 2009:84). Dengan demikian, muncullah informasi mengenai tanggung jawab sosial perusahaan yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, sehingga para investor menjadikan informasi kinerja perusahaan dalam bidang sosial dan lingkungan sebagai salah satu bahan pertimbangannya untuk melakukan investasi pada saham perusahaan yang bersangkutan.

Selain informasi kinerja keuangan perusahaan, salah satu informasi yang juga dipublikasikan perusahaan adalah tanggung jawab sosial perusahaan

(CSR) di dalam laporan tahunan perusahaan sebagai bentuk komitmen bisnis perusahaan untuk berkontribusi positif terhadap aktivitas lingkungan, sosial dan masyarakat. Informasi CSR perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki aktivitas pengelolaan yang baik. Perusahaan yang tidak menjalankan CSR dengan baik, dapat terancam keberlangsungan bisnisnya. Contohnya adalah pencemaran air yang mengancam sungai dan anak sungai di Kalimantan Selatan akibat pembukaan kolam penampungan limbah tambang batu bara milik perusahaan-perusahaan swasta. Perusahaan-perusahaan tambang ini melakukan aktivitas pertambangan di sepanjang kawasan Tanah Laut hingga Kota Baru di Kalimantan Selatan. Di daerah Tanjung Alam Jaya, air asam dari kolam-kolam penampungan limbah tambang terbengkalai hingga menimbulkan kebocoran yang mengarah ke sungai kecil milik masyarakat. Disebutkan, pH air ini 3,74 di bawah batas standar asam, sehingga sungai kecil tersebut mengalir melewati kebun milik masyarakat yang ditanami singkong, pisang dan tanaman lainnya. Selain itu, sungai ini juga digunakan masyarakat untuk mandi dan memasak air. Hal ini dapat menimbulkan kerugian masyarakat sekitar dan dapat mengancam keberadaan perusahaan. (<http://news.metrotvnews.com>)

Kasus di atas terjadi karena kurangnya aktivitas CSR perusahaan. Dengan adanya masalah dengan masyarakat dan lingkungan sekitar, perusahaan dapat mengalami kerugian besar dan berdampak pada penurunan laba perusahaan serta para investor yang bersangkutan pun akan turut mengalami kerugian. Oleh karena itu kegiatan CSR dan pengungkapannya akan menjadi salah satu hal yang mendukung perusahaan untuk mendapat citra baik di mata

masyarakat sekitar. Perusahaan yang mengungkapkan informasi CSR dalam laporan tahunannya akan mendapat sinyal baik bagi para *stakeholder* bahwa perusahaan tersebut layak dipilih sebagai tempat berinvestasi.

*Stakeholder* tersebut percaya bahwa cara terbaik dalam memperoleh keuntungan dan meningkatkan nilai perusahaan yang berarti meningkatkan kekayaan *stakeholder* adalah dengan mengembangkan karyawan yang berkompoten dan loyal pada perusahaan serta menghasilkan produk yang memenuhi kebutuhan konsumen pada harga yang paling kompetitif (Satyanugraha, 2007:125). Selain itu tekanan publik agar perusahaan Indonesia memberi perhatian serius mengenai tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) semakin meningkat ditambah dengan adanya peraturan pemerintah yang membahas CSR diantaranya adalah Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal yang berkaitan dengan CSR, pemerintah Indonesia berusaha untuk mengatur kewajiban pelaksanaan CSR oleh perusahaan atau penanam modal. Sehingga tidak ada lagi perdebatan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan tersebut.

Sanksi pidana mengenai pelanggaran CSR pun terdapat didalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup (UUPLH) Pasal 41 ayat (1) yang menyatakan: “Barangsiapa yang melawan hukum dengan sengaja melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan/ atau perusakan lingkungan hidup, diancam dengan pidana penjara paling lama sepuluh tahun dan denda paling banyak lima ratus juta rupiah”. Selanjutnya, Pasal 42 ayat (1) menyatakan: “Barangsiapa yang

karena kealpaannya melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan/ atau merusak lingkungan hidup, diancam dengan pidana penjara paling lama tiga tahun dan denda paling banyak seratus juta rupiah” (Sutopoyudo, 2009).

CSR merupakan suatu konsep dari gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab kondisi keuangannya saja, tetapi tanggung jawab perusahaan juga harus berpijak pada konsep triple bottom lines yang terdiri dari *profit*, *people*, dan *planet* (Rustiarini, 2010). Tiga prinsip tersebut memiliki arti yaitu tujuan dari bisnis tidak hanya semata-mata mencari laba (*profit*), tetapi juga turut mensejahterakan masyarakat (*people*) dan menjamin kelangsungan hidup (*planet*). Oleh karena itu, perusahaan dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya tidak hanya mempertimbangkan aspek keuangan dan keuntungan belaka, tetapi harus mempertimbangkan aspek tanggung jawab sosial pada lingkungan sekitarnya seperti masalah-masalah polusi, limbah, praktek perburuhan/ tenaga kerja, hak asasi manusia, masyarakat/ sosial, dan keamanan produk yang dihasilkan.

Penelitian yang dilakukan oleh Darwin (2004) dalam Anggraini (2006) mengatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* terbagi menjadi tiga kategori yaitu kinerja ekonomi, kinerja lingkungan dan kinerja sosial. Sedangkan dalam penelitian ini menggunakan enam indikator pengungkapan yaitu: dimensi ekonomi, lingkungan, tenaga kerja, hak asasi manusia, sosial dan produk dalam CSR dengan mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan pelaporan sosial perusahaan berdasarkan standar GRI (*Global Reporting Initiative*). *Global Reporting Initiative* (GRI) adalah sebuah

jaringan berbasis organisasi yang telah memelopori perkembangan dunia, paling banyak menggunakan kerangka laporan keberlanjutan dan berkomitmen untuk terus-menerus melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia ([www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)).

Penelitian ini mengacu pada penelitian Rimba Kusumadilaga (2010) yang dahulu meneliti tentang pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel moderating, yang menunjukkan bahwa variabel CSR berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Selanjutnya, penelitian ini bertujuan untuk menguji kembali apakah *Corporate Social Responsibility* mempengaruhi Nilai Perusahaan. Tidak digunakannya profitabilitas sebagai variabel moderasi dikarenakan sebesar apapun tingkat profitabilitas perusahaan tidak dapat mempengaruhi hubungan CSR dan nilai perusahaan yang disebabkan oleh beberapa perusahaan manufaktur tergolong perusahaan ekonomis/pelit yaitu perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi namun anggaran CSR nya rendah.

Digunakannya perusahaan manufaktur sebagai sampel karena perusahaan manufaktur lebih banyak memberikan pengaruh/dampak terhadap lingkungan di sekitarnya akibat dari aktivitas yang dilakukan perusahaan dan memenuhi segala aspek pada tema pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang dituangkan dalam skripsi dengan judul **“Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada**

**Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013 dan 2014)”.**

**B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat diidentifikasi permasalahan- permasalahan sebagai berikut:

1. Terjadinya penurunan nilai perusahaan yang diakibatkan oleh turunnya harga saham perusahaan dapat dilihat dari kasus-kasus dalam perusahaan.
2. Perusahaan yang tidak menjalankan CSR dengan baik, dapat terancam keberlangsungan bisnisnya.
3. Adanya masalah dengan masyarakat dan lingkungan sekitar, perusahaan dapat mengalami kerugian besar dan berdampak pada penurunan laba perusahaan serta para investor yang bersangkutan pun akan turut mengalami kerugian.
4. Perusahaan dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya tidak hanya mempertimbangkan aspek keuangan dan keuntungan belaka, tetapi harus mempertimbangkan aspek tanggung jawab sosial pada lingkungan sekitarnya seperti masalah-masalah polusi, limbah, praktek perburuhan/ tenaga kerja, hak asasi manusia, masyarakat/ sosial, dan keamanan produk yang dihasilkan.

**C. Pembatasan Masalah**

Agar pembahasan masalah tidak meluas dan tidak menimbulkan penyimpangan, maka peneliti membatasi masalah pada pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian ini, CSR menggunakan enam kategori dalam

standar GRI (*Global Reporting Initiative*), yaitu ekonomi, lingkungan, tenaga kerja, hak asasi manusia, sosial dan produk. Enam kategori di atas dipilih karena CSR mencakup ke enam hal tersebut. Sedangkan nilai perusahaan akan diukur menggunakan Tobin's Q. Pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) terhadap nilai perusahaan dilakukan hanya terbatas pada laporan tahunan perusahaan manufaktur dengan periode 2013 dan 2014.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis mengidentifikasi permasalahan yang akan dibahas sebagai berikut :

1. Apakah Dimensi Ekonomi dalam CSR berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2013 dan 2014?
2. Apakah Dimensi Lingkungan dalam CSR berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2013 dan 2014?
3. Apakah Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2013 dan 2014?
4. Apakah Dimensi Hak Asasi Manusia (HAM) dalam CSR berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2013 dan 2014? Apakah Dimensi Sosial dalam CSR berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2013 dan 2014?
5. Apakah Dimensi Produk dalam CSR berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2013 dan 2014?

6. Apakah Dimensi Ekonomi, Lingkungan, Tenaga Kerja, HAM, Sosial dan Produk dalam CSR berpengaruh secara simultan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2013 dan 2014?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Pengaruh Dimensi Ekonomi dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2013 dan 2014.
2. Pengaruh Dimensi Lingkungan dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2013 dan 2014.
3. Pengaruh Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2013 dan 2014.
4. Pengaruh Dimensi Hak Asasi Manusia (HAM) dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2013 dan 2014.
5. Pengaruh Dimensi Sosial dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2013 dan 2014.
6. Pengaruh Dimensi Produk dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2013 dan 2014.
7. Pengaruh Dimensi Ekonomi, Lingkungan, Tenaga Kerja, HAM, Sosial dan Produk dalam CSR secara simultan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2013 dan 2014.



## F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

### 1. Manfaat Teoritis

- a. Bagi perusahaan, dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang pentingnya pertanggungjawaban sosial perusahaan yang diungkapkan di dalam laporan yang disebut *sustainability reporting* dan sebagai pertimbangan dalam pembuatan kebijakan perusahaan untuk lebih meningkatkan kepeduliannya pada lingkungan sosial.
- b. Dapat juga memberikan gambaran mengenai pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan, sehingga pemerintah dapat menindaklanjuti pengesahan UU PT, dengan mewajibkan semua perusahaan di Indonesia untuk melaksanakan tanggung jawab sosialnya.

### 2. Manfaat Praktis

#### a. Bagi investor

Akan memberikan pandangan kepada investor dalam memilih perusahaan mana yang memiliki nilai perusahaan yang baik dengan mempertimbangkan aspek tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social responsibility*).

#### b. Bagi masyarakat

Akan memberikan stimulus secara proaktif sebagai pengontrol atas perilaku-perilaku perusahaan dan semakin meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh.

- c. Bagi lembaga-lembaga pembuat peraturan/standar, misalnya Bapepam, IAI dan sebagainya.

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi penyusunan standar akuntansi lingkungan dan sebagai bahan masukan dalam meningkatkan kualitas standar dan peraturan yang sudah ada.

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI DAN PERUMUSAN HIPOTESIS**

#### **A. Kajian Pustaka**

##### **1. Nilai Perusahaan**

###### **a. Pengertian Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai nilai pasar, seperti halnya penelitian yang pernah dilakukan oleh Nurlela & Islahuddin (2008), karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi kemakmuran pemegang saham. Untuk mencapai nilai perusahaan umumnya para pemodal menyerahkan pengelolaannya kepada para profesional. Para profesional diposisikan sebagai manajer ataupun komisaris (Nurlela dan Islahuddin, 2008).

Menurut Kusumadilaga (2010), suatu perusahaan dikatakan memiliki nilai perusahaan yang baik jika kinerja perusahaan juga baik. Nilai perusahaan dapat tercermin dari harga sahamnya. Apabila harga perusahaannya tinggi, maka dapat dikatakan nilai perusahaannya juga baik.

Menurut Fama (1978) dalam Untung wahyudi et.al, nilai perusahaan akan tercermin dari harga sahamnya. Nilai pasar saham sangat dipengaruhi oleh adanya investasi, karena dengan adanya investasi akan memberikan dampak positif berupa pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang. Sehingga akan meningkatkan harga saham dan nilai perusahaan juga akan meningkat. Nilai

perusahaan sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham yang juga tinggi. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan dipresentasikan oleh harga pasar dari saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan, dan manajemen aset (Hadianto, 2013).

Pengungkapan CSR berpengaruh pada nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan paradigma *enlightened self-interest* yang menyatakan bahwa stabilitas dan kemakmuran ekonomi jangka panjang hanya dapat dicapai jika perusahaan melakukan tanggung jawab sosial kepada masyarakat (Hartanti, 2006 dalam Ni Wayan Rustiarini, 2010). Menurut Ni Wayan Rustiarini (2010: 12) beberapa hal yang dapat menyebabkan CSR berpengaruh pada nilai perusahaan yaitu: (1) manajemen menyadari arti penting CSR sebagai investasi sosial jangka panjang, (2) manajemen memahami bahwa tanggung jawab perusahaan tidak hanya untuk pemegang saham tetapi juga pihak-pihak lain yang berkepentingan, (3) pengungkapan CSR merupakan sinyal positif bahwa perusahaan telah menerapkan *good corporate governance*, (4) informasi tanggung jawab sosial perusahaan telah direspon baik oleh investor, (5) perusahaan telah melakukan pengkomunikasian pesan

CSR secara tepat sehingga makna CSR dapat diterima dengan baik oleh pihak-pihak lain yang berkepentingan.

**b. Indikator- indikator Nilai Perusahaan**

Indikator- indikator yang mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya adalah:

1) PER (*Price Earning Ratio*)

PER yaitu rasio yang mengukur seberapa besar perbandingan antara harga saham perusahaan dengan keuntungan yang diperoleh para pemegang saham. (Sutrisno, 2000 dalam Malla Bahagia, 2008).

Kegunaan *price earning ratio* adalah untuk melihat bagaimana pasar menghargai kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh *earning per share* nya. *Price earning ratio* menunjukkan hubungan antara pasar saham biasa dengan *earning per share*.

PER dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{PER} = \frac{\text{Harga pasar perlembar saham}}{\text{Laba perlembar saham}}$$

2) PBV (*Price Book Value*)

Rasio ini mengukur nilai yang diberikan pasar keuangan kepada manajemen dan organisasi perusahaan sebagai sebuah perusahaan yang terus tumbuh (Brigham, 2006). Komponen penting lain yang harus diperhatikan dalam analisis kondisi perusahaan adalah *Price to Book Value* (PBV) yang merupakan salah satu variabel yang dipertimbangkan seorang investor dalam menentukan saham mana

yang akan dibeli. Untuk perusahaan-perusahaan yang berjalan dengan baik, umumnya rasio ini mencapai diatas satu, yang menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya.

Semakin besar rasio PBV semakin tinggi perusahaan dinilai oleh para pemodal relatif dibandingkan dengan dana yang telah ditanamkan di perusahaan. *Price to book value* yang tinggi akan membuat pasar percaya atas prospek perusahaan kedepan. Hal itu juga yang menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab nilai perusahaan yang tinggi mengindikasikan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Menurut (Brigham dan Houston, 2006:112), nilai perusahaan dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$PBV = \frac{\text{Harga pasar perlembar saham}}{\text{Nilai buku saham}}$$

### 3) Tobin's Q

Tobin's Q ditemukan oleh seorang peraih Nobel dari Amerika Serikat yaitu James Tobin. Tobin Q dapat dirumuskan sebagai perbandingan nilai pasar aset dengan perkiraan jumlah uang yang harus dikeluarkan untuk mengganti seluruh aset tersebut pada saat ini (Siedharta, 2004).

Tobin's Q dapat dihitung dengan rumus:

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

Dimana:

Q	= Tobin's Q
EMV	= Nilai pasar ekuitas
EBV	= Nilai buku dari total aktiva
D	= Nilai buku dari total utang

EMV diperoleh dari hasil perkalian harga saham penutupan pada akhir tahun (*closing price*) dengan jumlah saham yang beredar pada akhir tahun. EBV diperoleh dari selisih total aset perusahaan dengan aset kewajibannya.

Dalam penelitian ini penulis mengambil indikator dari nilai perusahaan yaitu Tobin's Q, karena rasio ini dinilai bisa memberikan informasi paling baik. Tobin's Q juga memasukkan semua unsur utang dan modal saham perusahaan, tidak hanya saham biasa saja dan tidak hanya ekuitas perusahaan yang dimasukkan namun seluruh aset perusahaan. Dengan memasukkan seluruh aset perusahaan berarti perusahaan tidak hanya terfokus pada satu tipe investor saja, yaitu investor dalam bentuk saham namun juga untuk kreditur karena sumber pembiayaan operasional perusahaan bukan hanya dari ekuitasnya saja tetapi juga dari pinjaman yang diberikan oleh kreditur. Sehingga semakin besar nilai Tobin's Q menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik. Hal ini dapat terjadi karena semakin besar nilai pasar aset perusahaan dibandingkan dengan nilai buku aset perusahaan maka semakin besar kerelaan investor untuk mengeluarkan pengorbanan yang lebih untuk memiliki perusahaan tersebut (Sukamulja (2004) dalam Permanasari (2010)).

### c. Konsep Nilai suatu Perusahaan

Menurut Christiawan dan Tarigan (2007) dalam Rahayu (2010), terdapat beberapa konsep nilai yang menjelaskan nilai suatu perusahaan antara lain:

- 1) Nilai nominal yaitu nilai yang tercantum secara formal dalam anggaran dasar perseroan, disebutkan secara eksplisit dalam neraca perusahaan, dan juga ditulis jelas dalam surat saham kolektif.
- 2) Nilai pasar, sering disebut kurs adalah harga yang terjadi dari proses tawar-menawar di pasar saham. Nilai ini hanya bisa ditentukan jika saham perusahaan dijual di pasar saham.
- 3) Nilai intrinsik merupakan nilai yang mengacu pada perkiraan nilai riil suatu perusahaan. Nilai perusahaan dalam konsep nilai intrinsik ini bukan sekadar harga dari sekumpulan aset, melainkan nilai perusahaan sebagai entitas bisnis yang memiliki kemampuan menghasilkan keuntungan di kemudian hari.
- 4) Nilai buku, adalah nilai perusahaan yang dihitung dengan dasar konsep akuntansi.
- 5) Nilai likuidasi itu adalah nilai jual seluruh aset perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban yang harus dipenuhi. Nilai sisa itu merupakan bagian para pemegang saham. Nilai likuidasi bisa dihitung berdasarkan neraca performa yang disiapkan ketika suatu perusahaan akan likuidasi.



#### **d. Faktor – faktor yang mempengaruhi Nilai Perusahaan**

Menurut R. Hendri Gusaptono (2010) faktor –faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan antara lain:

##### 1) Kebijakan Dividen

Kebijakan dividen merupakan keputusan apakah laba yang diperoleh perusahaan akan dibagikan kepada pemegang saham sebagai dividen atau akan ditahan dalam bentuk laba ditahan guna pembiayaan investasi di masa datang.

Pembayaran dividen yang semakin meningkat menunjukkan prospek perusahaan semakin bagus sehingga investor akan tertarik untuk membeli saham dan nilai perusahaan akan meningkat.

##### 2) Profitabilitas

Profitabilitas merupakan tingkat keuntungan bersih yang dapat diperoleh sebuah perusahaan dari kegiatan operasionalnya yang mana keuntungan tersebut ada yang dibagikan kepada pihak pemegang saham dalam bentuk dividen, dan bisa juga keuntungan tersebut disimpan dan digunakan untuk meningkatkan kinerja kegiatan operasional.

Pada dasarnya profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan memperoleh laba bersih dari penjualan bersihnya dan juga dapat mengukur kemampuan manajemen perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya dengan meminimalkan beban perusahaan dan memaksimalkan laba perusahaan. Dan hal ini lah

yang dapat meningkatkan nilai perusahaan sehingga investor juga lebih tertarik untuk menanam saham pada perusahaan tersebut.

Pada penelitian ini tidak digunakan variabel profitabilitas sebagai variabel moderasi dikarenakan sebesar apapun tingkat profitabilitas perusahaan tidak dapat mempengaruhi hubungan CSR dan nilai perusahaan yang disebabkan oleh beberapa perusahaan manufaktur tergolong perusahaan ekonomis/pelit yaitu perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi namun anggaran CSR nya rendah.

### 3) *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Pertanggungjawaban sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) merupakan mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*.

*Corporate Social Responsibility (CSR)* menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan karena salah satu dasar pemikiran yang melandasi etika bisnis sebuah perusahaan. Semakin banyak perusahaan mengungkapkan CSR dalam laporan tahunan, maka semakin baik pula nilai perusahaan di mata investor, kreditor, ataupun masyarakat.

## 2. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*)

### a. Pengertian Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*)

Pertanggungjawaban sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum (Darwin, 2004 dalam Anggraini, 2006).

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), definisi CSR adalah komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan tersebut, beserta komunitas-komunitas setempat dan masyarakat secara keseluruhan, dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan (Lindrawati *et al.*, 2008).

Breadsell (2008: 5) mendefinisikan CSR sebagai berikut:

*“CSR is more than a fad and firm are grappling with the challenge of how to be socially responsible corporate citizens, not just in terms of their commitment to philanthropic activities or energy-saving office environments; but also in terms of understanding how to take CSR to the core of the firm’s ecosystem.”*

Jadi, CSR merupakan suatu bentuk kepedulian sosial sebuah perusahaan untuk melayani kepentingan organisasi maupun kepentingan publik eksternal. CSR juga dapat diartikan sebagai komitmen perusahaan untuk mempertanggungjawabkan dampak operasi dalam dimensi ekonomi, sosial serta lingkungan hidup.

Sedangkan menurut UU Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007, tanggung jawab sosial atau CSR adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

William G. Nickels, James M. Mchugh, Susan M. Mc Hugh (2009: 128- 138) mendefinisikan Tanggung jawab Sosial Korporat (*Corporate Social Responsibility-CSR*) sebagai perhatian bisnis terhadap kesejahteraan masyarakat. Tanggung jawab ini didasarkan pada perhatian perusahaan bagi kesejahteraan semua pemangku kepentingan, tidak hanya pemiliknya. Untuk melihat tanggung jawab sosial pada para pemangku kepentingan terhadap bisnis, meliputi:

1) Tanggung jawab terhadap pelanggan

Satu tanggung jawab bisnis adalah untuk memuaskan pelanggan dengan menawarkan barang dan jasa yang bernilai nyata.

2) Tanggung jawab terhadap investor

3) Tanggung jawab terhadap karyawan

Perusahaan mempunyai tanggung jawab untuk menciptakan lapangan pekerjaan jika mereka ingin tumbuh. Jika sebuah perusahaan memperlakukan karyawannya dengan rasa hormat, mereka biasanya juga akan menghormati perusahaan. Satu cara sebuah perusahaan dapat menampilkan komitmen dan perhatian

adalah dengan memberi gaji dan tunjangan yang membantu mereka menjangkau tujuan-tujuan pribadi mereka.

4) Tanggung jawab terhadap Masyarakat dan Lingkungan

Satu tanggung jawab utama dari bisnis terhadap masyarakat adalah untuk menciptakan kemakmuran baru. Bisnis juga sebagian bertanggung jawab untuk meningkatkan keadilan sosial.

**b. Dimensi-dimensi dalam Tanggung Jawab Sosial Perusahaan  
(*Corporate Social Responsibility*)**

1) Dimensi ekonomi dalam CSR

Dimensi ekonomi menyatakan bahwa publik mengharapkan perusahaan untuk menghasilkan barang/jasa yang menguntungkan atau bermanfaat, dan menjualnya dengan harga yang pantas, sebagai pemenuhan akan kebutuhan banyak pihak termasuk karyawan, suplier, distributor, dan pemegang saham yang tergantung pada kelangsungan hidup ekonomi bisnis (Carol, 1992).

Dimensi ekonomi menyangkut keberlanjutan organisasi yang berdampak pada kondisi ekonomi dari *stakeholder* dan sistem ekonomi pada tingkat lokal, nasional, dan tingkat global.

2) Dimensi lingkungan dalam CSR

Lingkungan merupakan sesuatu yang terkait dengan seluruh bidang kehidupan perusahaan. Hubungan perusahaan dan lingkungan adalah hubungan sebab akibat yaitu jika perusahaan merawat lingkungan maka lingkungan akan bermanfaat bagi perusahaan. Sebaliknya jika

perusahaan merusak lingkungan maka lingkungan juga akan tidak memberikan manfaat kepada perusahaan.

Pfleiger *et al* (2005) mengatakan bahwa usaha-usaha pelestarian lingkungan oleh perusahaan akan mendatangkan sejumlah keuntungan, diantaranya adalah ketertarikan pemegang saham dan *stakeholder* terhadap keuntungan perusahaan akibat pengelolaan lingkungan yang bertanggung jawab. Hasil lain mengidentifikasi bahwa pengelolaan lingkungan yang baik dapat menghindari klaim masyarakat dan pemerintah serta meningkatkan kualitas produk yang pada akhirnya akan dapat meningkatkan keuntungan ekonomi. Sebagian perusahaan dalam industri modern menyadari sepenuhnya bahwa isu lingkungan dan sosial juga merupakan bagian penting dari perusahaan.

### 3) Dimensi tenaga kerja dalam CSR

Salah satu dimensi CSR yang diperhatikan adalah terkait hubungan dengan tenaga kerja, karena terdapat perusahaan yang mengungkapkan hubungan dengan pekerja dan fasilitas yang didapatkannya. Perusahaan juga dituntut untuk menjaga keselamatan pekerjanya, memperlakukannya secara adil, menghargai pekerja dan melakukan pembagian hasil keuntungan perusahaan.

### 4) Dimensi HAM dalam CSR

Penerapan tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* dalam pengelolaan SDA menjadi sangat penting untuk menjamin aktivitas perusahaan tidak merugikan

HAM yang berada dekat wilayah operasi perusahaan. Dimensi HAM dalam CSR sangat penting dilakukan, agar pengelolaan SDA tidak keluar dari prinsip dasarnya, yaitu mewujudkan kemakmuran bagi masyarakat. Hal ini bertujuan untuk menyeimbangkan antara kegiatan usaha sebagai hak dan kewajiban untuk memenuhi hak ekonomi sosial masyarakat lokal sebagai tanggung jawab.

#### 5) Dimensi sosial dalam CSR

Dimensi sosial memiliki arti untuk bertanggung jawab terhadap dampak sosial yang diakibatkan oleh perusahaan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Inti dari dimensi sosial sebenarnya adalah *respect for people* atau menghargai orang lain. Menurut Kotler & Lee (2005), kegiatan-kegiatan sosial ini dapat dibagi menjadi 3 bagian, yaitu:

##### a) *Corporate philanthropy*

*Corporate Philanthropy* adalah penerapan dari *Corporate Social Responsibility* (CSR) dimana perusahaan melakukan kontribusi langsung kepada lembaga sosial, pada umumnya dalam bentuk uang tunai, sumbangan barang, dan hal lain yang serupa. Penerapan ini merupakan penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang paling tradisional dan umum dilakukan.

##### b) *Community Volunteering*

Merupakan inisiatif dari perusahaan untuk mendukung dan mendorong para pekerjanya, rekan bisnis, dan/atau anggota

waralaba untuk merelakan sedikit waktunya untuk mendukung komunitas organisasi. Misalnya perusahaan mengorganisir karyawannya untuk ikut berpartisipasi dalam program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang sedang dijalankan oleh perusahaan, misalnya sebagai staf pengajar.

c) *Cause-Related Marketing*

Merupakan tanggung jawab perusahaan untuk membuat kontribusi atau donasi atas sebagian dari pendapatan lembaga sosial tertentu berdasarkan penjualan.

6) Dimensi produk dalam CSR

Dimensi produk merupakan salah satu variabel CSR yang harus diperhatikan karena informasi mengenai produk sangat dibutuhkan oleh *stakeholder*, khususnya konsumen. Kegiatan perusahaan dalam mengembangkan produknya ini bukan hanya menjadi perhatian manajemen tapi perhatian para investor juga (Saleh, 2010).

Produk menjadi faktor yang sangat mempengaruhi sebuah perusahaan untuk dapat meningkatkan kinerja keuangannya, sehingga produk yang dihasilkan sebaiknya memiliki kualitas yang tinggi, aman, dan inovatif.

c. **Komponen Dasar Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*)**

John Elkington (1997) yang dikutip oleh Hasibuan dan Sedyono (2006:73) menyebutkan bahwa *Corporate Social Responsibility* dibagi menjadi tiga komponen utama, yaitu: *people*, *profit*, dan *planet*. Ketiga



komponen inilah yang saat ini kerap dijadikan dasar perencanaan, pengungkapan dan evaluasi (pelaporan) program-program *Corporate Social Responsibility* yang kemudian dikenal sebagai *triple bottom line*.

*Triple bottom line* merupakan sinergi dari tiga elemen yang merupakan komponen dasar dari pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*. *Triple bottom line* sering dijadikan acuan dalam pembuatan program-program *Corporate Social Responsibility*.

Tabel 1. *The Triple Bottom Line of Corporate Social Responsibility*

	<i>People</i>	<i>Profit</i>	<i>Planet</i>
<b>Definisi</b>	Sebuah bisnis harus bertanggung jawab untuk memajukan dan mensejahterakan sosial serta seluruh stakeholdernya.	Perusahaan tidak boleh hanya memiliki keuntungan bagi organisasinya saja tetapi harus dapat memberi kemajuan ekonomi bagi para stakeholdernya.	Perusahaan harus dapat menggunakan sumber daya alam dengan sangat bertanggung jawab dan menjaga keadaan lingkungan serta memperkecil jumlah limbah produksi.
<b>Jenis Kegiatan</b>	Kegiatan kedermawanan yang dilakukan secara tulus untuk membangun masyarakat dan sumber daya manusia.	Tindakan perusahaan untuk terjun langsung di dalam masyarakat untuk memperkuat ketahanan ekonomi.	Penerapan proses produksi yang bersih, aman dan bertanggung jawab.
<b>Contoh</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Beasiswa pendidikan</li> <li>- Pelayanan Kesehatan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pembinaan UKM</li> <li>- Bantuan modal dan kredit</li> <li>- Pemberdayaan tenaga lokal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengelolaan limbah</li> <li>- Penanaman pohon</li> <li>- Kampanye lingkungan hidup</li> </ul>

Sumber: Hasibuan dan Sedyono (2006:73)

Sedangkan menurut pendapat Yusuf Wibisono (2007: 32) mengemukakan bahwa :

“Pada dasarnya perusahaan yang ingin berkelanjutan haruslah 3P, selain mengejar Profit perusahaan juga harus memperhatikan dan terlibat dalam pemenuhan kesejahteraan masyarakat (people) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (planet)”.

Jadi berdasarkan pendapat diatas, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu aspek ekonomi yang direfleksikan dalam kondisi financialnya saja, namun juga harus memperhatikan aspek sosial dan lingkungannya.

**d. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*)**

Menurut Kuntari dan Sulistyani (2007), ada tiga pendekatan dalam pelaporan kinerja sosial, yaitu :

1) Pemeriksaan Sosial (*Social Audit*)

Pemeriksaan sosial mengukur dan melaporkan dampak ekonomi, sosial dan lingkungan dari program-program yang berorientasi sosial dari operasi-operasi yang dilakukan perusahaan. Pemeriksaan sosial dilakukan dengan membuat suatu daftar aktivitas-aktivitas perusahaan yang memiliki konsekuensi sosial, lalu auditor sosial akan mencoba mengestimasi dan mengukur dampak-dampak yang ditimbulkan oleh aktivitas-aktivitas tersebut.

## 2) Laporan Sosial (*Social Report*)

Berbagai alternatif format laporan untuk menyajikan laporan sosial telah diajukan oleh para akademis dan praktisioner. Pendekatan-pendekatan yang dapat dipakai oleh perusahaan untuk melaporkan aktivitas-aktivitas pertanggungjawaban sosialnya ini dirangkum oleh Dilley dan Weygandt menjadi empat kelompok sebagai berikut (Henry & Murtanto, 2001 dalam Kuntari & Sulistyani, 2007) :

### a) *Inventory Approach*

Perusahaan mengkompilasikan dan mengungkapkan sebuah daftar yang komprehensif dari aktivitas-aktivitas sosial perusahaan. Daftar ini harus memuat semua aktivitas sosial perusahaan baik yang bersifat positif maupun negatif.

### b) *Cost Approach*

Perusahaan membuat daftar aktivitas-aktivitas sosial perusahaan dan mengungkapkan jumlah pengeluaran pada masing-masing aktivitas tersebut.

### c) *Program Management Approach*

Perusahaan tidak hanya mengungkapkan aktivitas-aktivitas pertanggungjawaban sosial tetapi juga tujuan dari aktivitas tersebut serta hasil yang telah dicapai oleh perusahaan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan itu.

d) *Cost Benefit Approach*

Perusahaan mengungkapkan aktivitas yang memiliki dampak sosial serta biaya dan manfaat dari aktivitas tersebut. Kesulitan dalam penggunaan pendekatan ini adalah adanya kesulitan dalam mengukur biaya dan manfaat sosial yang diakibatkan oleh perusahaan terhadap masyarakat.

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

Pengungkapan sosial adalah pengungkapan informasi tentang aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan lingkungan sosial perusahaan. Pengungkapan sosial dapat dilakukan melalui berbagai media antara lain laporan tahunan, laporan interim/laporan sementara, prospektus, pengumuman kepada bursa efek atau melalui media masa. Perusahaan cenderung untuk mengungkapkan informasi yang berkaitan dengan aktivitasnya dan dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan tersebut. Florence, *et al.*, 2004 menyebutkan ada tiga studi, yaitu :

a) *Decision Usefulness Studies*

Belkaoui (1989) dalam Anggraini (2006) mengemukakan bahwa perusahaan yang melakukan aktivitas sosial akan mengungkapkannya dalam laporan keuangan. Sebagian dari studi-studi yang dilakukan oleh para peneliti yang mengemukakan pendapat ini menemukan bukti bahwa informasi sosial dibutuhkan oleh para pemakai laporan

keuangan. Para analis, *banker* dan pihak lain yang dilibatkan dalam penelitian tersebut diminta untuk melakukan pemeringkatan terhadap informasi akuntansi. Informasi akuntansi tersebut tidak terbatas pada informasi akuntansi tradisional yang telah dinilai selama ini, namun juga informasi yang lain yang relatif baru dalam wacana akuntansi. Mereka menempatkan informasi aktivitas sosial perusahaan pada posisi yang *moderately important*.

b) *Economic Theory Studies*

Studi ini menggunakan *agency theory* dimana menganalogikan manajemen sebagai agen dari suatu prinsipal. Lazimnya, prinsipal diartikan sebagai pemegang saham atau tradisional *users* lain. Namun, pengertian prinsipal tersebut meluas menjadi seluruh *interest group* perusahaan yang bersangkutan. Sebagai agen, manajemen akan berupaya mengoperasikan perusahaan sesuai dengan keinginan publik.

c) *Social and Political Theory Studies*

Studi di bidang ini menggunakan teori *stakeholder*, teori legitimasi organisasi dan teori ekonomi politik. Teori *stakeholder* mengasumsikan bahwa eksistensi perusahaan ditentukan oleh para *stakeholder*.

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

Darwin (2004) dalam Anggraini (2006) mengatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* terbagi menjadi 3 kategori yaitu kinerja ekonomi, kinerja lingkungan dan kinerja sosial. Sedangkan dalam penelitian ini mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan pelaporan sosial perusahaan berdasarkan standar GRI (*Global Reporting Initiative*). *Global Reporting Initiative* (GRI) adalah sebuah jaringan berbasis organisasi yang telah memelopori perkembangan dunia, paling banyak menggunakan kerangka laporan keberlanjutan dan berkomitmen untuk terus-menerus melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia ([www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)).

**e. Indikator Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*)**

Daftar pengungkapan sosial yang berdasarkan standar GRI juga pernah digunakan oleh Dahlia dan Siregar (2008), penelitian ini menggunakan 6 indikator pengungkapan yaitu : ekonomi, lingkungan, tenaga kerja, hak asasi manusia, sosial dan produk. Indikator-indikator yang terdapat di dalam GRI yang digunakan dalam penelitian yaitu :

- 1) Indikator Kinerja Ekonomi (*economic performance indicator*)
- 2) Indikator Kinerja Lingkungan (*environment performance indicator*)
- 3) Indikator Kinerja Tenaga Kerja (*labor practices performance indicator*)
- 4) Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia (*human rights performance indicator*)

- 5) Indikator Kinerja Sosial (*social performance indicator*)
- 6) Indikator Kinerja Produk (*product responsibility performance indicator*)

**f. Tujuan Perusahaan melaksanakan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*)**

Menurut Chuck Williams (2001:123) menyebutkan bahwa :

“Tujuan perusahaan menerapkan CSR agar dapat memberi manfaat yang terbaik bagi *stakeholders* dengan cara memenuhi tanggung jawab ekonomi, hukum, etika dan kebijakan.

1) Tanggung jawab ekonomis

Kata kuncinya adalah: *make a profit*. Motif utama perusahaan adalah menghasilkan laba. Laba adalah pondasi perusahaan. Perusahaan harus memiliki nilai tambah ekonomi sebagai prasyarat agar perusahaan dapat terus hidup (*survive*) dan berkembang.

2) Tanggung jawab legal.

Kata kuncinya: *obey the law*. Perusahaan harus taat hukum. Dalam proses mencari laba, perusahaan tidak boleh melanggar kebijakan dan hukum yang telah ditetapkan pemerintah.

3) Tanggung jawab etis.

Perusahaan memiliki kewajiban untuk menjalankan praktek bisnis yang baik, benar, adil dan fair. Norma-norma masyarakat perlu menjadi rujukan bagi perilaku organisasi perusahaan. Kata kuncinya: *be ethical*.

4) Tanggung jawab filantropis.

Selain perusahaan harus memperoleh laba, taat hukum dan berperilaku etis, perusahaan dituntut agar dapat memberikan kontribusi yang dapat dirasakan secara langsung oleh masyarakat. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kualitas kehidupan semua. Kata kuncinya: *be a good citizen*. Para pemilik dan pegawai yang bekerja di perusahaan memiliki tanggung jawab ganda, yakni kepada perusahaan dan kepada publik yang kini dikenal dengan istilah *non-fiduciary responsibility*".

## **B. Penelitian yang Relevan**

Beberapa penelitian mengenai pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) terhadap nilai perusahaan telah dilakukan dengan hasil yang beragam. Berikut ini hasil dari penelitian yang relevan:

### **1. Penelitian Nurlela dan Islahuddin (2008)**

Penelitian Nurlela dan Islahuddin (2008) meneliti tentang pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan kepemilikan manajemen sebagai variabel moderating, dengan mengambil sampel perusahaan-perusahaan sektor non keuangan yang terdaftar di BEJ untuk tahun 2005. Berdasarkan *Indonesian Capital Market Directory* perusahaan yang terdaftar di BEJ selama tahun 2005 berjumlah 340 perusahaan, setelah diolah ternyata hanya menggunakan 41 perusahaan di dalam penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility*, persentase kepemilikan, serta interaksi antara *Corporate Social Responsibility* dengan persentase kepemilikan



manajemen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu terletak pada variabel dependen dan variabel independen yang digunakan, sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu terletak pada variabel moderating. Pada penelitian terdahulu digunakan variabel moderating yaitu kepemilikan manajemen, sedangkan dalam penelitian ini tidak digunakan variabel moderating. Tidak digunakannya variabel moderating pada penelitian ini dikarenakan kepemilikan manajemen telah dapat memoderasi *Corporate Social Responsibility* dengan nilai perusahaan. Perbedaan lain terletak pada objek yang digunakan yaitu perusahaan yang terdaftar di BEJ selama tahun 2005, sedangkan pada penelitian ini pada perusahaan manufaktur di BEI tahun 2013 dan 2014.

## **2. Penelitian Rimba Kusumadilaga (2010)**

Penelitian Rimba Kusumadilaga yang dilakukan ada tahun 2010 dengan judul Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating menunjukkan bahwa variabel CSR berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil lainnya menunjukkan bahwa variabel profitabilitas sebagai variabel moderating tidak dapat mempengaruhi hubungan CSR dan nilai perusahaan.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada variabel dependen dan variabel independen yang digunakan, sedangkan

perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu terletak pada variabel moderating. Pada penelitian terdahulu digunakan variabel moderating yaitu profitabilitas. Tidak digunakannya profitabilitas sebagai variabel moderasi dikarenakan sebesar apapun tingkat profitabilitas perusahaan tidak dapat mempengaruhi hubungan CSR dan nilai perusahaan yang disebabkan oleh beberapa perusahaan manufaktur yang tergolong perusahaan ekonomis/pelit yaitu perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi namun anggaran CSR nya rendah.

### **3. Penelitian Schadewitz dan Niskala (2010)**

Penelitian pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan juga dilakukan oleh Schadewitz dan Niskala (2010) di Finlandia. Penelitian tersebut menggunakan 276 sampel perusahaan go publik di Finlandia dari tahun 2002 sampai 2005. Hasil menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Atau dengan kata lain, mengkomunikasikan laporan CSR merupakan faktor penting yang dapat menaksir nilai pasar perusahaan. Pengungkapan CSR dapat membantu para investor dalam membedakan perusahaan-perusahaan yang efisien dan mampu melindungi perusahaan dalam kompetisi pasar sehingga mampu mempengaruhi keputusan investasi.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu terletak pada variabel yang digunakan, sedangkan perbedaannya terletak pada objek dan periode yang digunakan yaitu perusahaan manufaktur di BEI pada periode 2013 dan 2014.

#### 4. Penelitian Ni Wayan Rustiarini (2010)

Ni Wayan Rustiarini menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan *corporate governance* sebagai variabel *moderating*. Dalam penelitian ini menemukan bahwa pengungkapan CSR, *corporate governance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan serta *corporate governance* merupakan variabel pemoderasi pada hubungan pengungkapan CSR dengan nilai perusahaan. Hal ini berarti penerapan *good corporate governance* telah menuntun perusahaan untuk melaksanakan CSR sehingga meningkatkan nilai perusahaan .

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada variabel dependen dan independen yang digunakan yaitu pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan, sedangkan perbedaannya terletak pada variabel *moderating* yang digunakan. Dalam penelitian ini tidak menggunakan variabel *moderating* tetapi mengacu pada tujuh rumusan masalah yang berbeda.

#### 5. Penelitian Suhartati, dkk (2011)

Penelitian Suhartini, dkk yang dilakukan pada tahun 2011 dengan judul Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Tata Kelola Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur tahun 2007 – 2008 menunjukkan bahwa pengungkapan CSR tidak signifikan berpengaruh pada nilai perusahaan, sehingga meskipun memiliki arah positif tetapi variabel independen tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada variabel dependen dan independen yang digunakan yaitu pengaruh CSR

terhadap nilai perusahaan, sedangkan perbedaannya terletak pada penelitian ini yang tidak menggunakan variabel kedua (X2) yakni tata kelola perusahaan.

#### **6. Penelitian Wahyu Ardimas dan Wardoyo (2014)**

Penelitian Wahyu Ardimas dan Wardoyo pada tahun 2014 dengan judul Pengaruh Kinerja Keuangan dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan pada Bank Go Public yang terdaftar di BEI menunjukkan bahwa variabel kinerja keuangan yang diukur dengan *return on assets* (ROA) dan *return on equity* (ROE) mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan variabel kinerja keuangan lainnya, yaitu *operating profit margin* (OPM), dan *net profit margin* (NPM) tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor perbankan yang *go public* di Bursa Efek Indonesia. Selanjutnya, variabel *corporate social responsibility* (CSR) tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor perbankan yang *go public* di Bursa Efek Indonesia.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu terletak pada variabel dependen dan variabel independen yang digunakan, sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu terletak pada variabel kinerja keuangan. Perbedaan lain terletak pada objek yang digunakan yaitu Bank Go Public yang terdaftar di BEI sedangkan pada penelitian ini pada perusahaan manufaktur di BEI Periode 2013 dan 2014.

## C. Kerangka Berpikir

### 1. Pengaruh Dimensi Ekonomi dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2013 dan 2014

Dimensi ekonomi dari *Corporate Social Responsibility* tidak hanya melaporkan keuangan atau neraca perusahaan saja, tetapi meliputi dampak ekonomi dari kegiatan operasional secara langsung maupun tidak langsung yang dilakukan oleh perusahaan. Dampak tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya ialah produk, pelayanan dan kepercayaan. Perusahaan yang menghasilkan produk berkualitas dan pelayanan yang baik dapat menarik konsumen dan meningkatkan kepercayaan konsumen, sehingga dapat meningkatkan pendapatan. Dengan demikian, dimensi ekonomi dalam CSR dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

### 2. Pengaruh Dimensi Lingkungan dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2013 dan 2014

Sebagaimana tertuang dalam Undang-Undang RI No. 32 tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup pada pasal 67, “Setiap orang berkewajiban memelihara kelestarian fungsi lingkungan hidup serta mengendalikan pencemaran dan/ atau kerusakan lingkungan hidup”. Pasal 68, “setiap orang yang melakukan usaha dan/ atau kegiatan wajib: (a) memberikan informasi yang terkait dengan perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup secara benar, akurat, terbuka dan tepat waktu, (b) menjaga keberlanjutan fungsi lingkungan hidup, dan (c)

mentaati ketentuan tentang baku mutu lingkungan hidup dan /atau kriteria baku kerusakan lingkungan hidup.” Dalam undang-undang tersebut dapat disimpulkan bahwa perusahaan dalam menjalankan kegiatannya wajib untuk menjaga dan memelihara kelangsungan lingkungan hidup.

Jika perusahaan semakin baik dalam melakukan tanggung jawab sosial dalam bidang lingkungan, maka investor akan mengetahui bahwa perusahaan tersebut peduli terhadap lingkungan. Dampak tersebut memberikan manfaat jangka panjang seperti bertambahnya investasi perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa dimensi lingkungan dalam CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

### **3. Pengaruh Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2013 dan 2014**

Indikator ini berkaitan dengan pekerja dalam perusahaan. Perusahaan dituntut untuk menjaga keselamatan pekerjanya, memperlakukannya secara adil, menghargai pekerja dan melakukan pembagian hasil keuntungan perusahaan. Hal ini diyakini mampu menarik dan mempertahankan tenaga kerja untuk bekerja dengan baik dan meningkatkan kompetensinya. Tenaga kerja yang berkompeten sangat penting karena mampu meningkatkan produktivitas, memperbanyak inovasi, meningkatkan efisiensi biaya sehingga dimensi tenaga kerja dalam CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

#### **4. Pengaruh Dimensi HAM dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2013 dan 2014**

Dimensi HAM dalam CSR menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan memiliki dampak yang positif bagi kinerja perusahaan. Perusahaan yang mengutamakan hak asasi manusia, seperti hak atas kondisi kerja yang aman dan hak atas jaminan sosial memiliki citra perusahaan yang baik di mata investor. Hal ini berarti dimensi HAM dalam CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

#### **5. Pengaruh Dimensi Sosial dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2013 dan 2014**

Dimensi sosial memiliki arti untuk bertanggung jawab terhadap dampak sosial yang diakibatkan oleh perusahaan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Inti dari dimensi sosial sebenarnya adalah *respect for people* atau menghargai orang lain. Chahal & Sharma (2006) mengemukakan bahwa kegiatan-kegiatan sosial sudah mulai banyak dilakukan oleh perusahaan karena memang kegiatan-kegiatan ini memberikan dampak yang sangat signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dimensi sosial dalam CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

#### **6. Pengaruh Dimensi Produk dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2013 dan 2014**

Dimensi produk merupakan salah satu variabel CSR yang harus diperhatikan karena informasi mengenai produk sangat dibutuhkan oleh *stakeholder*, khususnya konsumen. Kegiatan perusahaan dalam

mengembangkan produknya ini bukan hanya menjadi perhatian manajemen tapi perhatian para investor juga (Saleh, 2010). Jika informasi mengenai produk baik, maka konsumen akan menghargai perusahaan tersebut dengan loyalitas, juga kesediaan untuk membayar lebih tinggi sehingga dengan adanya dimensi produk dalam CSR dapat meningkatkan nilai perusahaan.

#### **7. Pengaruh Dimensi Ekonomi, Lingkungan, Tenaga Kerja, HAM, Sosial, dan Produk dalam CSR secara bersama-sama terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2013 dan 2014**

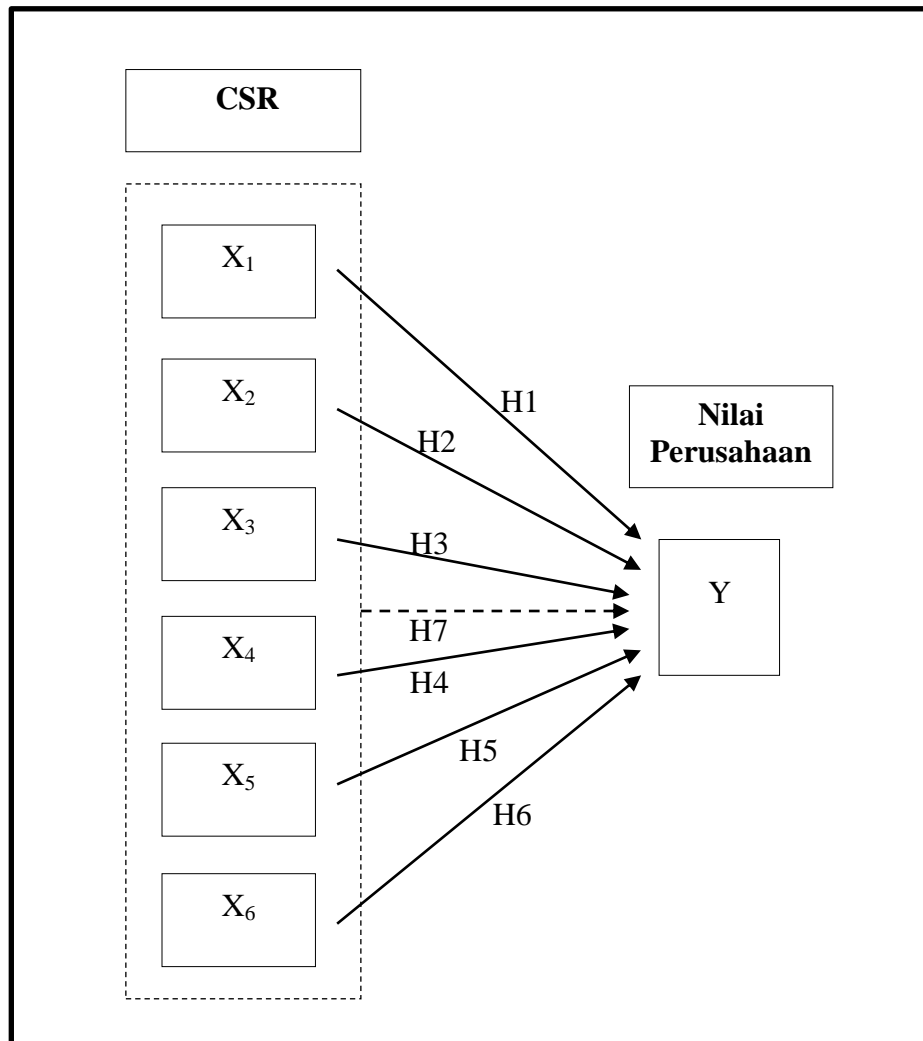
Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*) apabila perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, lingkungan, tenaga kerja, ham, sosial dan produk karena keberlanjutan merupakan keseimbangan antara kepentingan-kepentingan ekonomi, lingkungan dan masyarakat. Dimensi tersebut terdapat di dalam penerapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk pertanggungjawaban dan kepedulian terhadap lingkungan di sekitar perusahaan.

Diharapkan dengan adanya CSR dapat meningkatkan harga saham perusahaan yang nantinya akan meningkatkan nilai perusahaan. Jadi, dapat disimpulkan bahwa CSR mempunyai hubungan yang positif terhadap nilai perusahaan. Semakin banyak CSR yang dilakukan maka semakin tinggi pula nilai perusahaan (Rimba, 2010).



#### D. Paradigma Penelitian

Berdasarkan kerangka berpikir yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat dibuat sebuah gambar mengenai paradigma dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:



**Gambar 1. Paradigma Penelitian**

#### **Keterangan :**

- X<sub>1</sub> = Dimensi Ekonomi dalam CSR
- X<sub>2</sub> = Dimensi Lingkungan dalam CSR
- X<sub>3</sub> = Dimensi Tenaga kerja dalam CSR
- X<sub>4</sub> = Dimensi Hak asasi manusia dalam CSR
- X<sub>5</sub> = Dimensi Sosial dalam CSR
- X<sub>6</sub> = Dimensi Produk dalam CSR

- Y → = Nilai perusahaan
- = Pengaruh Variabel Dimensi Ekonomi, Lingkungan, Tenaga Kerja, HAM, Sosial, dan Produk dalam CSR secara parsial terhadap Nilai Perusahaan
- = Pengaruh Variabel Dimensi Ekonomi, Lingkungan, Tenaga Kerja, HAM, Sosial, dan Produk dalam CSR secara bersama-sama terhadap Nilai Perusahaan

## E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus di uji kebenarannya. Berdasarkan kajian teoritis, penelitian yang relevan dan kerangka berpikir di atas dapat ditarik hipotesis penelitian sebagai berikut:

- H1 : Dimensi Ekonomi dalam CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2013 dan 2014.
- H2 : Dimensi Lingkungan dalam CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2013 dan 2014.
- H3 : Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2013 dan 2014.
- H4 : Dimensi HAM dalam CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2013 dan 2014.
- H5 : Dimensi Sosial dalam CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2013 dan 2014.

H6 : Dimensi produk dalam CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2013 dan 2014.

H7 : Dimensi Ekonomi, Lingkungan, Tenaga Kerja, HAM, Sosial, dan Produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2013 dan 2014.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **A. Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada laporan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013 dan 2014. Analisis data dilaksanakan pada bulan Mei 2016.

### **B. Desain Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kausal-komparatif. Penelitian kausal komparatif merupakan kegiatan penelitian yang berusaha mencari informasi tentang mengapa terjadi hubungan sebab akibat dan peneliti berusaha melacak kembali hubungan tersebut.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu data kuantitatif yang diperoleh dari pojok BEI atau [www.idx.com](http://www.idx.com). Sedangkan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan tahunan perusahaan untuk periode 2013 dan 2014 pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

### **C. Variabel Penelitian**

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Terdapat beberapa jenis variabel antara lain:

#### **1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)**

Variabel independen (variabel bebas) merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2009).

## 2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel Terikat (*Dependent Variable*) merupakan variabel yang disebabkan atau dipengaruhi oleh adanya variabel bebas/ independen. Besarnya perubahan pada variabel ini tergantung dari besaran variabel bebas/ variabel dependen. Variabel independen akan memberi peluang kepada perubahan variabel terikat/ dependen yaitu besaran koefisien perubahan dalam variabel independen (Sugiyono, 2009).

### D. Definisi Operasional Variabel

Definisi dari setiap variabel adalah sebagai berikut:

#### 1. Variabel Dependen (Terikat)

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan. Nilai perusahaan diukur dengan menggunakan Tobin's q. Nilai perusahaan (Tobin's Q) didapatkan dari laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur selama periode penelitian. Rasio ini dikembangkan oleh James Tobin (1967). Tobin's q adalah indikator untuk mengukur kinerja perusahaan, khususnya tentang nilai perusahaan, yang menunjukkan suatu performa manajemen dalam mengelola aktiva perusahaan. Nilai Tobin'q dihasilkan dari penjumlahan nilai pasar saham (*market value of all outstanding stock*) dan nilai pasar hutang (*market value of all debt*) dibandingkan dengan nilai seluruh modal yang ditempatkan dalam aktiva produksi (*replacement value of all production capacity*).

Menurut Algifari,dkk. (2013) menyebutkan bahwa nilai perusahaan diukur melalui Tobin's Q, dengan rumus:

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

Dimana :

- Q = Nilai Perusahaan  
 EMV = Nilai pasar ekuitas (EMV= *closing price* x jumlah saham yang beredar)  
 D = Nilai buku dari total utang  
 EBV = Nilai buku dari total aktiva

## 2. Variabel Independen (Bebas)

Variabel independennya adalah CSR. Disini variabel Independen yang berupa CSR (Ekonomi, Lingkungan, Tenaga Kerja, Hak Asasi Manusia, Produk, dan Sosial) diukur dengan menggunakan standar GRI.

### a. Dimensi Ekonomi dalam CSR ( $X_1$ )

Dimensi ekonomi menyangkut keberlanjutan organisasi yang berdampak pada kondisi ekonomi dari *stakeholder* dan sistem ekonomi pada tingkat lokal, nasional, dan tingkat global. Indikator ekonomi menggambarkan:

- Arus modal di antara berbagai pemangku kepentingan; dan
- Dampak ekonomi utama dari organisasi seluruh masyarakat.

Dimensi ekonomi diukur menggunakan standar GRI dengan indikator kinerja ekonomi yang terdiri dari 9 item, yaitu:

Aspek: Kinerja Ekonomi

EC1 Perolehan dan distribusi nilai ekonomi langsung, meliputi pendapatan, biaya operasi, imbal jasa karyawan, donasi, dan investasi komunitas lainnya, laba ditahan, dan pembayaran kepada penyandang dana serta pemerintah.

EC2 Implikasi finansial dan risiko lainnya akibat perubahan iklim serta peluangnya bagi aktivitas organisasi.

EC3 Jaminan kewajiban organisasi terhadap program imbalan pasti.

EC4 Bantuan finansial yang signifikan dari pemerintah.

Aspek: Kehadiran Pasar

EC5 Rentang rasio standar upah terendah dibandingkan dengan upah minimum setempat pada lokasi operasi yang signifikan.

EC6 Kebijakan, praktek, dan proporsi pengeluaran untuk pemasok lokal pada lokasi operasi yang signifikan.

EC7 Prosedur penerimaan pegawai lokal dan proporsi manajemen senior lokal yang dipekerjakan pada lokasi operasi yang signifikan (yang dimaksud disini adalah biaya yang dikeluarkan untuk penerimaan pegawai lokal).

Aspek: Dampak Ekonomi Tidak Langsung

EC8 Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur serta jasa yang diberikan untuk kepentingan publik secara komersial, natura, atau pro bono.

EC9 Pemahaman dan penjelasan dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk seberapa luas dampaknya.

Keterangan:

EC = *Economic* (Ekonomi)

b. Dimensi Lingkungan dalam CSR (X<sub>2</sub>)

Dimensi lingkungan menyangkut keberlanjutan organisasi berdampak pada kehidupan di dalam sistem alam, termasuk ekosistem, tanah, udara, dan air. Dimensi lingkungan diukur menggunakan

standar GRI dengan indikator kinerja lingkungan yang terdiri dari 7 item, yaitu:

Aspek: Material

EN1 Penggunaan Bahan; diperinci berdasarkan berat atau volume.

EN2 Persentase Penggunaan Bahan Daur Ulang.

Aspek: Produk dan Jasa

EN26 Inisiatif untuk mengurangi dampak lingkungan produk dan jasa dan sejauh mana dampak pengurangan tersebut (yang dimaksud disini adalah biaya yang dikeluarkan untuk mengurangi dampak lingkungan produk dan jasa).

EN27 Persentase produk terjual dan bahan kemasannya yang ditarik menurut kategori.

Aspek: Kepatuhan

EN28 Nilai Moneter Denda yang signifikan dan jumlah sanksi nonmoneter atas pelanggaran terhadap hukum dan regulasi lingkungan.

Aspek: Pengangkutan/Transportasi

EN29 Dampak lingkungan yang signifikan akibat pemindahan produk dan barang-barang lain serta material yang digunakan untuk operasi perusahaan, dan tenaga kerja yang memindahkan (yang dimaksud disini adalah biaya yang dikeluarkan untuk mengatasi dampak lingkungan akibat operasi perusahaan).

Aspek: Menyeluruh



EN30 Jumlah pengeluaran untuk proteksi dan investasi lingkungan menurut jenis.

Keterangan:

EN = *Environment* (Lingkungan)

c. Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR ( $X_3$ )

Dimensi tenaga kerja dapat dilakukan dengan mengadakan pelatihan kepada tenaga kerja, memfasilitasi pelayanan kesehatan tenaga kerja, dan memberi bantuan keuangan untuk pendidikan tenaga kerjanya. Dimensi tenaga kerja diukur menggunakan standar GRI dengan indikator kinerja tenaga kerja yang terdiri dari 14 item, yaitu:

Aspek: Pekerjaan

LA1 Jumlah angkatan kerja menurut jenis pekerjaan, kontrak pekerjaan, dan wilayah.

LA2 Jumlah dan tingkat perputaran karyawan menurut kelompok usia, jenis kelamin, dan wilayah.

LA3 Manfaat yang disediakan bagi karyawan tetap (purna waktu) yang tidak disediakan bagi karyawan tidak tetap (paruh waktu) menurut kegiatan pokoknya (yang dimaksud disini adalah biaya yang dikeluarkan untuk karyawan tetap).

Aspek: Tenaga kerja / Hubungan Manajemen

LA4 Persentase karyawan yang dilindungi perjanjian tawar-menawar kolektif tersebut.

LA5 Masa pemberitahuan minimal tentang perubahan kegiatan penting, termasuk apakah hal itu dijelaskan dalam perjanjian

kolektif tersebut (yang dimaksud disini adalah biaya yang dikeluarkan untuk perubahan kegiatan).

Aspek: Kesehatan dan Keselamatan Jabatan

LA6 Persentase jumlah angkatan kerja yang resmi diwakili dalam panitia Kesehatan dan Keselamatan antara manajemen dan pekerja yang membantu memantau dan memberi nasihat untuk program keselamatan dan kesehatan jabatan.

LA7 Tingkat kecelakaan fisik, penyakit karena jabatan, hari-hari yang hilang, dan ketidakhadiran, dan jumlah kematian karena pekerjaan menurut wilayah.

LA8 Program pendidikan, pelatihan, penyuluhan/ bimbingan, pencegahan, pengendalian risiko setempat untuk membantu para karyawan, anggota keluarga dan anggota masyarakat, mengenai penyakit berat/berbahaya (yang dimaksud disini adalah biaya yang dikeluarkan untuk program pendidikan, pelatihan, penyuluhan/ bimbingan, pencegahan dan pengendalian risiko setempat).

LA9 Masalah kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian resmi dengan serikat karyawan.

Aspek: Pelatihan dan Pendidikan

LA10 Rata-rata jam pelatihan tiap tahun tiap karyawan menurut kategori/kelompok karyawan.

LA11 Program untuk pengaturan keterampilan dan pembelajaran sepanjang hayat yang menjangkau kelangsungan pekerjaan

karyawan dan membantu mereka dalam mengatur akhir karier (yang dimaksud disini adalah biaya yang dikeluarkan untuk program keterampilan dan pembelajaran sepanjang hayat).

LA12 Persentase karyawan yang menerima peninjauan kinerja dan pengembangan karier secara teratur.

Aspek: Keberagaman dan Kesempatan Setara

LA13 Komposisi badan pengelola/penguasa dan perincian karyawan tiap kategori/kelompok menurut jenis kelamin, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan keanekaragaman indikator lain.

LA14 Perbandingan/rasio gaji dasar pria terhadap wanita menurut kelompok/kategori karyawan.

Keterangan:

LA = *Labour* (Tenaga Kerja)

d. Dimensi Hak Asasi Manusia dalam CSR ( $X_4$ )

Dimensi HAM menyangkut kebebasan dan persamaan dalam menjamin hak bekerja, tersedianya lapangan pekerjaan, kondisi kerja yang aman dan adil, serta hak atas jaminan sosial. Dimensi HAM diukur menggunakan standar GRI dengan indikator kinerja hak asasi manusia yang terdiri dari 9 item, yaitu:

Aspek : Praktek Investasi dan Pengadaan

HR1 Persentase dan jumlah perjanjian investasi signifikan yang memuat klausul HAM atau telah menjalani proses skrining/filtrasi terkait dengan aspek hak asasi manusia.

HR2 Persentase pemasok dan kontraktor signifikan yang telah menjalani proses skrining/ filtrasi atas aspek HAM.

HR3 Jumlah waktu pelatihan bagi karyawan dalam hal mengenai kebijakan dan serta prosedur terkait dengan aspek HAM yang relevan dengan kegiatan organisasi, termasuk persentase karyawan yang telah menjalani pelatihan.

Aspek: Nondiskriminasi

HR4 Jumlah kasus diskriminasi yang terjadi dan tindakan yang diambil/dilakukan.

Aspek: Kebebasan Berserikat dan Berunding Bersama Berkumpul

HR5 Segala kegiatan berserikat dan berkumpul yang diteridentifikasi dapat menimbulkan risiko yang signifikan serta tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut (yang dimaksud disini adalah biaya yang dikeluarkan untuk segala kegiatan berserikat dan berkumpul yang dapat menimbulkan risiko).

Aspek: Pekerja Anak

HR6 Kegiatan yang identifikasi mengandung risiko yang signifikan dapat menimbulkan terjadinya kasus pekerja anak, dan langkah-langkah yang diambil untuk mendukung upaya penghapusan pekerja anak.

Aspek: Kerja Paksa dan Kerja Wajib

HR7 Kegiatan yang teridentifikasi mengandung risiko yang signifikan dapat menimbulkan kasus kerja paksa atau kerja wajib, dan langkah-langkah yang telah diambil untuk mendukung upaya

penghapusan kerja paksa atau kerja wajib (yang dimaksud disini adalah biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan yang teridentifikasi mengandung risiko yang dapat menimbulkan kasus kerja paksa atau kerja wajib).

Aspek: Praktek/Tindakan Pengamanan

HR8 Persentase personel penjaga keamanan yang terlatih dalam hal kebijakan dan prosedur organisasi terkait dengan aspek HAM yang relevan dengan kegiatan organisasi

Aspek: Hak Penduduk Asli

HR9 Jumlah kasus pelanggaran yang terkait dengan hak penduduk asli dan langkah-langkah yang diambil.

Keterangan:

HR = *Human Rights* (Hak Asasi Manusia)

e. Dimensi Sosial dalam CSR (X<sub>5</sub>)

Dimensi sosial menyangkut hubungan antara bisnis, masyarakat dan kegiatan-kegiatan sosial yang sudah banyak dilakukan oleh perusahaan. Dimensi sosial diukur menggunakan standar GRI dengan indikator kinerja sosial yang terdiri dari 8 item, yaitu:

Aspek: Komunitas

S01 Sifat dasar, ruang lingkup, dan keefektifan setiap program dan praktek yang dilakukan untuk menilai dan mengelola dampak operasi terhadap masyarakat, baik pada saat memulai, pada saat beroperasi, dan pada saat mengakhiri (yang dimaksud disini adalah

biaya yang dikeluarkan untuk setiap program dan praktek yang dilakukan untuk menilai dan mengelola dampak operasi).

Aspek: Korupsi

S02 Persentase dan jumlah unit usaha yang memiliki risiko terhadap korupsi.

S03 Persentase pegawai yang dilatih dalam kebijakan dan prosedur antikorupsi.

S04 Tindakan yang diambil dalam menanggapi kejadian korupsi (yang dimaksud disini adalah biaya yang dikeluarkan untuk tindakan dalam menanggapi kejadian korupsi).

Aspek: Kebijakan Publik

S05 Kedudukan kebijakan publik dan partisipasi dalam proses melobi dan pembuatan kebijakan publik (yang dimaksud disini adalah biaya yang dikeluarkan untuk pembuatan kebijakan publik).

S06 Nilai kontribusi finansial dan natura kepada partai politik, politisi, dan institusi terkait berdasarkan negara di mana perusahaan beroperasi.

Aspek: Kelakuan Tidak Bersaing

S07 Jumlah tindakan hukum terhadap pelanggaran ketentuan antipersaingan, anti-trust, dan praktek monopoli serta sanksinya.

Aspek: Kepatuhan

S08 Nilai uang dari denda signifikan dan jumlah sanksi nonmoneter untuk pelanggaran hukum dan peraturan yang dilakukan.

Keterangan:

S = *Social* (Sosial)

f. Dimensi Produk dalam CSR ( $X_6$ )

Dimensi produk menyangkut tanggung jawab perusahaan terhadap informasi produk dan keamanan produk yang di pasarkan. Dimensi produk diukur menggunakan standar GRI dengan indikator kinerja produk yang terdiri dari 9 item, yaitu:

Aspek: Kesehatan dan Keamanan Pelanggan

PR1 Tahapan daur hidup di mana dampak produk dan jasa yang menyangkut kesehatan dan keamanan dinilai untuk penyempurnaan, dan persentase dari kategori produk dan jasa yang penting yang harus mengikuti prosedur tersebut (yang dimaksud disini adalah biaya yang dikeluarkan untuk tahapan daur hidup produk dan jasa).

PR2 Jumlah pelanggaran terhadap peraturan dan etika mengenai dampak kesehatan dan keselamatan suatu produk dan jasa selama daur hidup per produk.

Aspek: Pemasangan Label bagi Produk dan Jasa

PR3 Jenis informasi produk dan jasa yang dipersyaratkan oleh prosedur dan persentase produk dan jasa yang signifikan yang terkait dengan informasi yang dipersyaratkan tersebut (yang dimaksud disini adalah biaya yang dikeluarkan untuk mengetahui jenis informasi produk dan jasa).

PR4 Jumlah pelanggaran peraturan dan *voluntary codes* mengenai penyediaan informasi produk dan jasa serta pemberian label, per produk.

PR5 Praktek yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan termasuk hasil survei yang mengukur kepuasan pelanggan (yang dimaksud disini adalah biaya yang dikeluarkan untuk praktek yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan).

Aspek: Komunikasi Pemasaran

PR6 Program-program untuk ketaatan pada hukum, standar dan *voluntary codes* yang terkait dengan komunikasi pemasaran, termasuk periklanan, promosi, dan *sponsorship* (yang dimaksud disini adalah biaya yang dikeluarkan untuk program-program untuk ketaatan pada hukum, standar dan *voluntary codes*).

PR7 Jumlah pelanggaran peraturan dan *voluntary codes* sukarela mengenai komunikasi pemasaran termasuk periklanan, promosi, dan *sponsorship*, menurut produknya.

Aspek: Keleluasaan Pribadi (*privacy*) Pelanggan

PR8 Jumlah keseluruhan dari pengaduan yang berdasar mengenai pelanggaran keleluasaan pribadi (*privacy*) pelanggan dan hilangnya data pelanggan.

Aspek: Kepatuhan

PR9 Nilai moneter dari denda pelanggaran hukum dan peraturan mengenai pengadaan dan penggunaan produk dan jasa.



Keterangan:

PR = *Product* (Produk)

Nantinya indikator-indikator CSR tersebut akan dinilai dengan menggunakan variabel Dummy. Cara pemberian kode dummy umumnya menggunakan kategori penilaian yang dinyatakan dengan angka 1 atau 0. Kelompok yang diberi nilai dummy 0 (nol) disebut *excluded group*, sedangkan kelompok yang diberi nilai dummy 1 disebut *included group* (Ghozali, 2006).

Indikator di atas berjumlah kategori, yaitu ekonomi 9 kategori, lingkungan 56 kategori, tenaga kerja 14 kategori, hak asasi manusia 9 kategori, sosial 8 kategori, dan produk 9 kategori. Nilai 0 diberikan jika item tidak diungkapkan dan nilai 1 diberikan jika perusahaan telah mengungkapkan item di atas.

Rumus penghitungan Index Luas Pengungkapan CSR (CSRI) sebagai berikut :

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n}$$

Keterangan:

CSRI<sub>j</sub> = *Corporate social responsibility index* perusahaan j

$\sum X_{ij}$  = Jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan j

n = Jumlah keseluruhan item

## E. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013 dan 2014 yaitu sebanyak 277.

## 2. Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Adapun pertimbangan pengambilan sampel tersebut adalah:

- a) Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013 dan 2014.
- b) Menyediakan laporan tahunan lengkap berturut-turut selama periode 2013 dan 2014.
- c) Mencantumkan informasi mengenai tanggung jawab sosial perusahaan pada periode 2013 dan 2014 dan memiliki data yang lengkap terkait variabel yang digunakan dalam penelitian.

Selanjutnya secara lebih rinci kriteria untuk pengambilan sampel tersebut adalah :

Tabel 2. Sampel Penelitian

<b>Kriteria Sampel</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013 dan 2014.	136	141
Tidak tersedia laporan tahunan lengkap selama tahun 2013 dan 2014	(2)	(7)
Tersedia laporan tahunan lengkap berturut-turut selama tahun 2013 dan 2014	134	134
Tidak memiliki data yang lengkap terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian	(82)	(82)
Sampel penelitian	52	52

Sumber : Data Sekunder yang diolah, 2016

## **F. Teknik Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data menggunakan teknik dokumenter, yaitu dilakukan dengan cara menelusuri laporan tahunan dari perusahaan yang menjadi sampel dan datanya berhubungan dengan *Corporate Social Responsibility*, dan juga menggunakan kategori-kategori dalam GRI yang berisi tentang pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Selain itu, metode pengumpulan juga menggunakan studi pustaka yaitu dengan cara mengumpulkan data dengan membaca buku atau bahan-bahan lain seperti jurnal, artikel, dan literatur lainnya yang berkaitan dengan penelitian.

## **G. Teknik Analisis Data**

Adapun teknik analisis data dan pengujian hipotesis yang digunakan penelitian ini yaitu sebagai berikut :

### **1. Statistik deskriptif**

Statistik deskriptif digunakan untuk melihat informasi *Corporate Social Responsibility* yang ada di Indonesia dan terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI), dan pengaruhnya secara simultan dan parsial terhadap nilai perusahaan tersebut.

Analisis deskriptif dimaksudkan untuk memberikan gambaran atau deskripsi atas suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum dan minimum dengan bantuan program SPSS versi 16 (Ghozali, 2009).

### **2. Uji Asumsi Klasik**

Model regresi linier berganda dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi asumsi normalitas data dan

terbebas dari asumsi klasik statistik, baik multikolinearitas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas (Bhuono Agung Nugroho, 2005).

Uji asumsi klasik digunakan sebagai berikut:

**a. Uji Normalitas**

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.

Pengujian normalitas dilakukan menggunakan teknis analisis *Kolmogorov-Smirnov* dengan rumus :

$$K_D = 1,36 \sqrt{\frac{n_1 + n_2}{n_1 n_2}}$$

Keterangan :

$K_D$  : Harga *Kolmogorov-Smirnov* yang dicari

$n_1$  : Jumlah sampel yang diperoleh

$n_2$  : Jumlah sampel yang diharapkan

(Sugiyono, 2010).

Kriteria pengambilan keputusan adalah variabel penelitian dinyatakan berdistribusi normal apabila memiliki tingkat signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* lebih besar dari 0,05 (Sig. > 0,05).

### b. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen dan variabel dependen dalam penelitian ini mempunyai hubungan yang linear jika kenaikan skor variabel independen diikuti kenaikan skor variabel dependen (Imam Ghazali, 2011). Kriteria yang diterapkan untuk menyatakan linier adalah nilai F yang dihitung dengan menggunakan rumus :

$$F_{reg} = \frac{Rk_{reg}}{Rk_{res}}$$

Keterangan :

$F_{reg}$  = Harga bilangan F untuk regresi

$Rk_{reg}$  = Rerata kuadrat garis regresi

$Rk_{res}$  = Rerata kuadrat garis residu

(Sutrisno Hadi, 2004).

Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka hubungan antar variabel bisa dikatakan linear. Sebaliknya jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka hubungan antar variabel dinyatakan tidak linear.

### c. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan dengan variabel independen lain dalam satu model. Uji Multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel bebas. Teknik analisis yang digunakan adalah korelasi *Product Moment*. Dengan menggunakan analisis korelasi ini akan diperoleh harga interkorelasi antara variabel bebas. Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih dari 10 dan nilai

*Tolerance* tidak kurang dari 0,1 maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinearitas dan dapat digunakan dalam penelitian (Bhuono Agung Nugroho, 2005:58).

Nilai *tolerance* (a) dan *variance inflation factor* (VIF) dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

- Besar nilai *tolerance* (a)

$$a = 1 / VIF$$

- Besar nilai *variance inflation factor* (VIF)

$$VIF = 1 / a$$

#### **d. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas (Imam Ghozali, 2011:139).

Pengujian dilakukan dengan menggunakan uji korelasi *Rank Spearman*. Uji ini dapat diketahui dari nilai signifikan korelasi Rank Spearman antara masing-masing variabel independen dengan residualnya. Jika nilai signifikan lebih besar dari  $\alpha$  (5%) maka tidak terdapat Heteroskedastisitas, dan sebaliknya jika lebih kecil dari  $\alpha$  (5%) maka terdapat Heteroskedastisitas.

### e. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mendeteksi apakah variabel pengganggu pada suatu periode berkorelasi atau tidak berkorelasi dengan variabel pengganggu lainnya. Uji terhadap ada tidaknya masalah autokorelasi dilakukan dengan uji *Durbin Watson* (DW test).

Tabel 3. Kriteria Uji Autokorelasi

Autokorelasi DW	Kesimpulan
< 1,08	Ada autokorelasi
1,08 – 1,66	Tanpa kesimpulan
1,66 – 2,34	Tidak ada autokorelasi
2,34 – 2,92	Tanpa kesimpulan
>2,92	Ada autokorelasi

Sumber: Algifari (2013: 91)

## 3. Uji Hipotesis

### a. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen (Sugiyono, 2012). Pada penelitian ini, analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh dimensi ekonomi dalam CSR terhadap nilai perusahaan (hipotesis 1), dimensi lingkungan dalam CSR terhadap nilai perusahaan (hipotesis 2), dimensi tenaga kerja dalam CSR terhadap nilai perusahaan (hipotesis 3), dimensi HAM dalam CSR terhadap nilai perusahaan (hipotesis 4), dimensi sosial dalam CSR terhadap nilai perusahaan (hipotesis 5), dan dimensi produk dalam CSR terhadap nilai perusahaan (hipotesis 6).

Langkah-langkah dalam melakukan analisis regresi linier sederhana yaitu:

- 1) Membuat garis regresi linier sederhana

$$Y' = a + bX$$

Keterangan:

$Y'$  = Nilai Perusahaan

$a$  = Harga  $Y$  ketika  $X=0$  (harga konstan)

$b$  = Koefisien regresi

$X$  = Dimensi ekonomi, lingkungan, tenaga kerja, HAM, sosial, dan produk dalam CSR

(Sugiyono, 2012)

- 2) Menguji Signifikansi dengan Uji t

Uji t dilakukan untuk melihat signifikansi dari pengaruh variabel independen secara individual terhadap variabel dependen dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan, dengan rumus:

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

Keterangan:

$t$  = t hitung

$r$  = koefisien korelasi

$n$  = jumlah ke-n

(Sugiyono, 2012)

Uji statistik t dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi-variabel dependen. Dasar pengambilan keputusannya adalah :



- a) Jika  $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ , maka variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (hipotesis ditolak).
- b) Jika  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ , maka variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen (hipotesis diterima).

Uji t dapat juga dilakukan dengan melihat nilai signifikansi  $t$  masing-masing variabel pada *output* hasil regresi menggunakan SPSS dengan *significance level* 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Jika nilai signifikansi lebih besar dari  $\alpha$  maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan), yang berarti secara individual variabel independen tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari  $\alpha$  maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan), berarti secara individual variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

#### **b. Analisis Regresi Berganda**

Analisis regresi berganda atau sering disebut juga *Multiple Regression Analysis* adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen (Santoso, 2004). Variabel independen terdiri dari tanggung jawab sosial (*Corporate Social*

*Responsibility*). Variabel dependen terdiri dari nilai perusahaan.

Langkah – langkah dalam regresi linier berganda antara lain :

a) Membuat persamaan garis dengan tingkat prediktor, dengan

rumus :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + e$$

Keterangan:

Y = Nilai Perusahaan

a = Konstanta (nilai Y, bila X=0)

b<sub>1-6</sub>= Koefisien regresi

X<sub>1</sub> = Dimensi Ekonomi dalam CSR

X<sub>2</sub> = Dimensi Lingkungan dalam CSR

X<sub>3</sub> = Dimensi Tenaga kerja dalam CSR

X<sub>4</sub> = Dimensi HAM dalam CSR

X<sub>5</sub> = Dimensi Sosial dalam CSR

X<sub>6</sub> = Dimensi Produk dalam CSR

e = *Error*

(Sugiyono, 2010)

b) Mencari koefisien determinasi (R)<sup>2</sup>

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 (nol) dan 1 (satu). Nilai R<sup>2</sup> yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2011).

c) Menguji signifikansi dengan Uji F

Uji F digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel X (tanggung jawab sosial) terhadap Y (nilai perusahaan) secara simultan dengan membandingkan nilai  $F_{hitung}(F_h)$  dengan  $F_{tabel}(F_t)$ . Rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$F_h = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan:

$n$  = Jumlah variabel independen

$R$  = Koefisien korelasi berganda

$k$  = Jumlah variabel independen

(Sugiyono, 2010)

Kriteria pengambilan keputusannya sebagai berikut:

1. Jika nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka hipotesis alternatif diterima yaitu variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka hipotesis alternatif ditolak yaitu variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

d) Mencari Sumbangan Relatif (SR)

Sumbangan relatif digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan masing-masing variabel bebas atau prediktor terhadap prediksi. Sumbangan relatif dapat dihitung dengan rumus Jonathan Sarwono (2009) sebagai berikut :

$$SR_{X_i} = \frac{b_{xi}.crossproduct}{Regression} \times 100 \%$$

Keterangan:

$b_{xi}$  = koefisien b komponen x  
Regression= nilai regresi

e) Mencari Sumbangan Efektif

Sumbangan efektif digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan efektif tiap prediktor atau variabel bebas dari keseluruhan prediksi. Sumbangan efektif dapat dihitung dengan rumus :

$$SE\% = SR\% \times R^2$$

Keterangan:

SE% = Sumbangan efektif dari satu prediktor  
SR% = Sumbangan relatif dari satu prediktor  
 $R^2$  = Koefisien determinasi

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Deskripsi Data Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder, yaitu data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung dari perusahaan yang berupa laporan tahunan perusahaan manufaktur. Laporan tahunan tersebut diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Proses pengumpulan laporan tahunan hingga pemilihan data yang digunakan sebagai variabel penelitian dilaksanakan pada bulan Mei-Juni 2016.

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2013 dan 2014 yaitu sebanyak 277 perusahaan. Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria-kriteria yang telah ditetapkan oleh penulis dalam bab III. Berdasarkan kriteria tersebut, terdapat 52 perusahaan yang digunakan sebagai sampel penelitian, dengan perincian sebagai berikut:

Tabel 4. Prosedur Kriteria Pemilihan Sampel

<b>Kriteria Sampel</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013 dan 2014.	136	141
Tidak tersedia laporan tahunan lengkap selama tahun 2013 dan 2014	(2)	(7)
Tersedia laporan tahunan lengkap berturut-turut selama tahun 2013 dan 2014	134	134
Tidak memiliki data yang lengkap terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian	(82)	(82)
Sampel penelitian	52	52

## B. Hasil Uji Analisis Data Penelitian

### 1. Statistik Deskriptif

Variabel dalam penelitian ini dideskripsikan menggunakan analisis statistik deskriptif. Analisis statistik deskriptif berguna untuk menjelaskan variabel-variabel dalam penelitian, meliputi variabel dependen yaitu Nilai Perusahaan, dan variabel dependen yaitu Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Dimensi Ekonomi, Dimensi Lingkungan, Dimensi Tenaga Kerja, Dimensi HAM, Dimensi Sosial dan Dimensi Produk). Statistik deskriptif menyajikan ukuran-ukuran numerik berupa nilai minimum, maksimum, mean, dan standar deviasi masing-masing variabel. Pengolahan data tersebut menggunakan IBM *SPSS Statistics* 16.

Berdasarkan hasil uji statistik dekriftif diperoleh sebanyak 104 data observasi untuk perusahaan manufaktur yang berasal dari penambahan antara periode 2013 dan 2014 dengan jumlah perusahaan sampel 52 perusahaan. Hasil olahan data mengenai statistik deskriptif dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Analisis Statistik Dekriptif

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Deviasi
Nilai Perusahaan (Y)	104	0,00	10,72	1,06	1,45
Dimensi Ekonomi dalam CSR (X1)	104	0,11	1,00	0,35	0,20
Dimensi Lingkungan dalam CSR (X2)	104	0,10	0,93	0,34	0,18
Dimensi Tenaga kerja dalam CSR (X3)	104	0,21	1,00	0,53	0,18
Dimensi HAM dalam CSR (X4)	104	0,11	0,89	0,29	0,15
Dimensi Sosial dalam CSR (X5)	104	0,12	1,00	0,30	0,17
Dimensi Produk dalam CSR (X6)	104	0,22	1,00	0,70	0,23
<i>Valid N (listwise)</i>	104				

Sugiyono (2012:34) menyatakan ada beberapa langkah yang perlu dilakukan untuk menyajikan tabel distribusi frekuensi, diantaranya :

a. Menghitung jumlah kelas interval

Jumlah kelas interval dapat dihitung dengan menggunakan rumus Sturges yaitu :

$$K = 1 + 3,3 \log n$$

Dimana :

K = Jumlah Kelas Interval

n = Jumlah Responden

log= Logaritma

b. Menghitung rentang data

Rentang data dihitung dengan mengurangi data yang terbesar dengan data yang terkecil kemudian ditambah 1.

c. Menghitung panjang kelas

Panjang kelas dihitung dengan cara rentang data dibagi dengan jumlah kelas.

d. Menyusun interval kelas

Interval kelas dihitung dengan menyusun data dari yang terkecil ke data yang terbesar.

Hasil analisis deskriptif tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Statistik Deskriptif Variabel Nilai Perusahaan Manufaktur

Variabel nilai perusahaan manufaktur diprosikan dengan menggunakan Tobin's Q. Berdasarkan perhitungan statistik deskriptif di atas, Tobin's Q memiliki nilai minimum 0,00 dan nilai maksimum sebesar 10,72. Hal tersebut menunjukkan bahwa sampel Tobin's

Q yang diambil berkisar antara 0,00 sampai dengan 10,72 dengan rata-rata 1,06. Perusahaan yang memiliki nilai Tobin's Q minimum dalam penelitian ini adalah Berlina Tbk pada tahun 2014, sedangkan perusahaan dengan nilai Tobin's Q maksimum adalah Unilever Indonesia Tbk pada tahun 2014. Besarnya standar deviasi dari Tobin's Q adalah 1,45.

Menghitung jumlah kelas interval dilakukan dengan menggunakan rumus Sturges :

$$\begin{aligned} K &= 1 + 3,3 \log n \\ &= 1 + 3,3 \log 104 \\ &= 1 + 6,65621002 \\ &= 7,65621002 \text{ dibulatkan menjadi } 8 \end{aligned}$$

Langkah selanjutnya adalah menghitung rentang data. Perhitungan rentang data penelitian sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Rentang data} &= \text{data terbesar} - \text{data terkecil} \\ &= 10,72 - 0,00 \\ &= 10,72 \end{aligned}$$

Langkah selanjutnya adalah menghitung panjang kelas. Perhitungan panjang kelas pada nilai perusahaan adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Panjang kelas} &= \text{rentang data} / \text{jumlah kelas} \\ &= 10,72 / 8 \\ &= 1,34 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka distribusi frekuensi variabel Tobin's Q dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

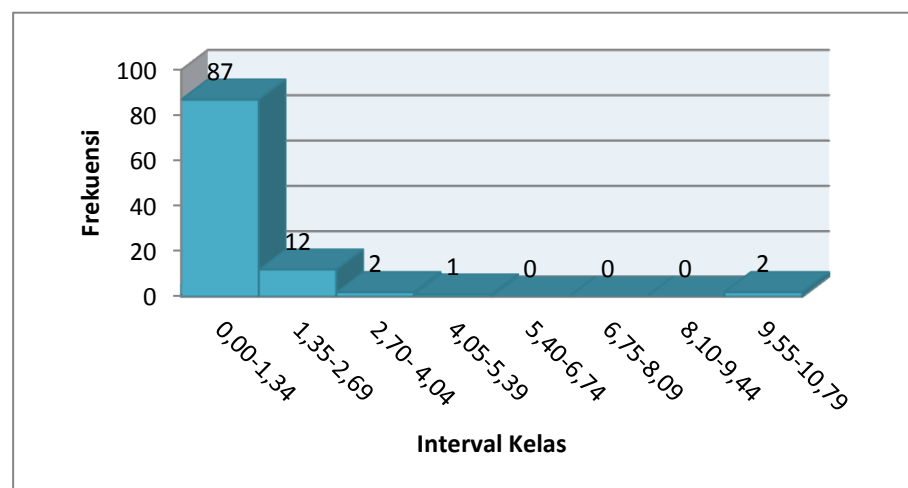


Tabel 6. Distribusi Frekuensi Nilai Perusahaan Manufaktur

No	Interval	Absolut	Relatif%	Absolut kumulatif	Kumulatif%
1	0,00-1,34	87	83,7	87	83,7
2	1,35-2,69	12	11,5	99	95,2
3	2,70- 4,04	2	1,9	101	97,1
4	4,05-5,39	1	1,0	102	98,1
5	5,40-6,74	0	0	102	98,1
6	6,75-8,09	0	0	102	98,1
7	8,10-9,44	0	0	102	98,1
8	9,55-10,79	2	1,9	104	100
Total		104	100		

Sumber: Data sekunder yang diolah 2016

Berdasarkan tabel diatas, dapat dibentuk grafik histogram distribusi frekuensi variabel Tobin's Q seperti gambar berikut ini:



Gambar 2. Histogram Distribusi Frekuensi Nilai Perusahaan Manufaktur

b. Statistik Deskriptif Variabel Dimensi Ekonomi dalam CSR

Dimensi ekonomi dalam CSR diproksikan dengan menggunakan kinerja ekonomi dalam standar GRI. Berdasarkan perhitungan statistik deskriptif di atas, dimensi ekonomi dalam CSR memiliki nilai minimum 0,11 dan nilai maksimum sebesar 1,00. Nilai rata-rata dari dimensi ekonomi dalam CSR adalah 0,35 dengan standar deviasi 0,20.

Menghitung jumlah kelas interval dilakukan dengan menggunakan

rumus Sturges :

$$\begin{aligned} K &= 1 + 3,3 \log n \\ &= 1 + 3,3 \log 104 \\ &= 1 + 6,65621002 \\ &= 7,65621002 \text{ dibulatkan menjadi } 8 \end{aligned}$$

Langkah selanjutnya adalah menghitung rentang data. Perhitungan rentang data penelitian sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Rentang data} &= \text{data terbesar} - \text{data terkecil} \\ &= 1 - 0,11 \\ &= 0,89 \end{aligned}$$

Langkah selanjutnya adalah menghitung panjang kelas. Perhitungan panjang kelas pada variabel dimensi ekonomi dalam CSR adalah sebagai berikut:

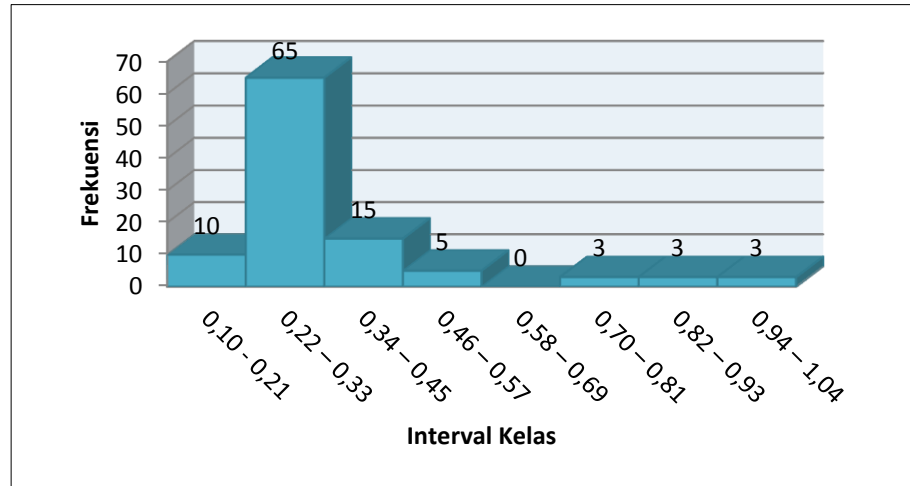
$$\begin{aligned} \text{Panjang kelas} &= \text{rentang data} / \text{jumlah kelas} \\ &= 0,89 / 8 \\ &= 0,11125 \text{ dibulatkan menjadi } 0,11 \end{aligned}$$

Tabel 7. Distribusi Frekuensi Dimensi Ekonomi dalam CSR

No	Interval	Absolut	Relatif%	Absolut kumulatif	Kumulatif %
1	0,10 - 0,21	10	9,6	10	9,6
2	0,22 - 0,33	65	62,5	75	72,1
3	0,34 - 0,45	15	14,4	90	86,5
4	0,46 - 0,57	5	4,8	95	91,3
5	0,58 - 0,69	0	0	95	91,3
6	0,70 - 0,81	3	2,8	98	94,2
7	0,82 - 0,93	3	2,8	101	97,1
8	0,94 - 1,04	3	2,8	104	100
Total		104	100		

Sumber: Data sekunder yang diolah 2016

Berdasarkan distribusi frekuensi di atas dapat digambarkan histogram sebagai berikut :



Gambar 3. Histogram Distribusi Frekuensi variabel Dimensi Ekonomi dalam CSR

c. Statistik Deskriptif Variabel Dimensi Lingkungan dalam CSR

Dimensi lingkungan dalam CSR yang diproksikan dengan kinerja lingkungan memiliki data terkecil yaitu 0,10 dan terbesar yaitu 0,93. Berdasarkan perhitungan diketahui bahwa rata-rata sebesar 0,34 dengan standar deviasi sebesar 0,18.

Menghitung jumlah kelas interval dilakukan dengan menggunakan rumus Sturges :

$$\begin{aligned}
 K &= 1 + 3,3 \log n \\
 &= 1 + 3,3 \log 104 \\
 &= 1 + 6,65621002 \\
 &= 7,65621002 \text{ dibulatkan menjadi } 8
 \end{aligned}$$

Langkah selanjutnya adalah menghitung rentang data. Perhitungan rentang data penelitian sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 \text{Rentang data} &= \text{data terbesar} - \text{data terkecil} \\
 &= 0,93 - 0,10 \\
 &= 0,83
 \end{aligned}$$

Langkah selanjutnya adalah menghitung panjang kelas. Perhitungan panjang kelas pada variabel dimensi lingkungan dalam CSR adalah sebagai berikut:

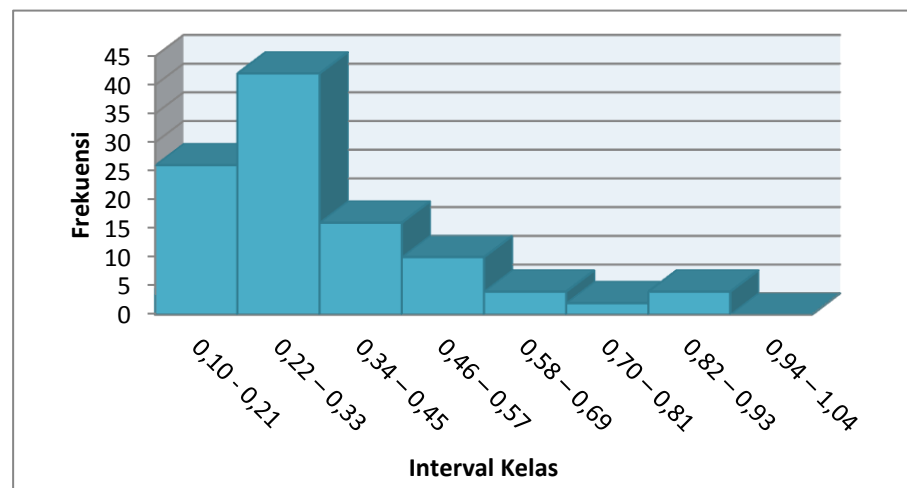
$$\begin{aligned} \text{Panjang kelas} &= \text{rentang data} / \text{jumlah kelas} \\ &= 0,83 / 8 \\ &= 0,10375 \text{ dibulatkan menjadi } 0,11 \end{aligned}$$

Tabel 8. Distribusi Frekuensi Dimensi Lingkungan dalam CSR

No	Interval	Absolut	Relatif%	Absolut kumulatif	Kumulatif %
1	0,10 - 0,21	26	25	26	25
2	0,22 - 0,33	42	40,3	68	65,3
3	0,34 - 0,45	16	15,3	84	80,7
4	0,46 - 0,57	10	9,6	94	90,3
5	0,58 - 0,69	4	3,8	98	94,2
6	0,70 - 0,81	2	1,9	100	96,1
7	0,82 - 0,93	4	3,8	104	100
8	0,94 - 1,04	0	0	104	100
Total		104	100		

Sumber: Data sekunder yang diolah 2016

Berdasarkan distribusi frekuensi di atas dapat digambarkan histogram sebagai berikut :



Gambar 4. Histogram Distribusi Frekuensi variabel Dimensi Lingkungan dalam CSR

d. Statistik Deskriptif Variabel Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR

Dimensi tenaga kerja dalam CSR diproksikan dengan menggunakan praktek tenaga kerja dalam standar GRI. Berdasarkan perhitungan statistik deskriptif di atas, dimensi tenaga kerja dalam CSR memiliki nilai minimum 0,21 dan nilai maksimum sebesar 1,00. Nilai rata-rata dari dimensi ekonomi dalam CSR adalah 0,53 dengan standar deviasi 0,18.

Menghitung jumlah kelas interval dilakukan dengan menggunakan rumus Sturges :

$$\begin{aligned} K &= 1 + 3,3 \log n \\ &= 1 + 3,3 \log 104 \\ &= 1 + 6,65621002 \\ &= 7,65621002 \text{ dibulatkan menjadi } 8 \end{aligned}$$

Langkah selanjutnya adalah menghitung rentang data. Perhitungan rentang data penelitian sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Rentang data} &= \text{data terbesar} - \text{data terkecil} \\ &= 1,00 - 0,21 \\ &= 0,79 \end{aligned}$$

Langkah selanjutnya adalah menghitung panjang kelas. Perhitungan panjang kelas pada variabel dimensi tenaga kerja dalam CSR adalah sebagai berikut:

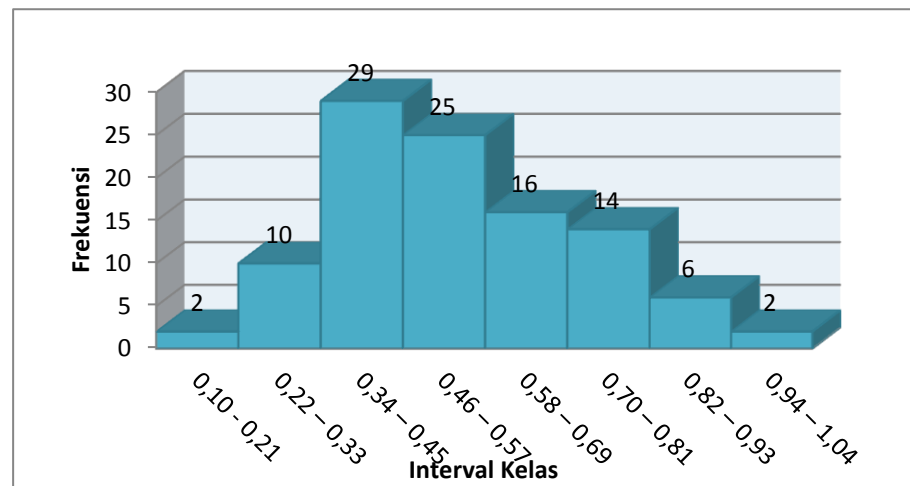
$$\begin{aligned} \text{Panjang kelas} &= \text{rentang data} / \text{jumlah kelas} \\ &= 0,79 / 8 \\ &= 0,09875 \text{ dibulatkan menjadi } 0,11 \end{aligned}$$

Tabel 9. Distribusi Frekuensi Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR

No	Interval	Absolut	Relatif%	Absolut kumulatif	Kumulatif %
1	0,10 - 0,21	2	1,9	2	1,9
2	0,22 - 0,33	10	9,6	12	11,5
3	0,34 - 0,45	29	27,8	41	39,4
4	0,46 - 0,57	25	24,0	66	63,4
5	0,58 - 0,69	16	15,3	82	78,8
6	0,70 - 0,81	14	13,4	96	92,3
7	0,82 - 0,93	6	5,7	102	98,0
8	0,94 - 1,04	2	1,9	104	100
Total		104	100		

Sumber: Data sekunder yang diolah 2016

Berdasarkan distribusi frekuensi di atas dapat digambarkan histogram sebagai berikut :



Gambar 5. Histogram Distribusi Frekuensi variabel Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR

e. Statistik Deskriptif Variabel Dimensi HAM dalam CSR

Dimensi HAM dalam CSR yang diprosikan dengan kinerja hak asasi manusia yang memiliki data terkecil yaitu 0,11 dan terbesar yaitu 0,89. Berdasarkan perhitungan diketahui bahwa rata-rata sebesar 0,29 dengan standar deviasi sebesar 0,15.

Menghitung jumlah kelas interval dilakukan dengan menggunakan rumus Sturges :

$$\begin{aligned} K &= 1 + 3,3 \log n \\ &= 1 + 3,3 \log 104 \\ &= 1 + 6,65621002 \\ &= 7,65621002 \text{ dibulatkan menjadi } 8 \end{aligned}$$

Langkah selanjutnya adalah menghitung rentang data. Perhitungan rentang data penelitian sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Rentang data} &= \text{data terbesar} - \text{data terkecil} \\ &= 0,89 - 0,11 \\ &= 0,78 \end{aligned}$$

Langkah selanjutnya adalah menghitung panjang kelas. Perhitungan panjang kelas pada variabel dimensi tenaga kerja dalam CSR adalah sebagai berikut:

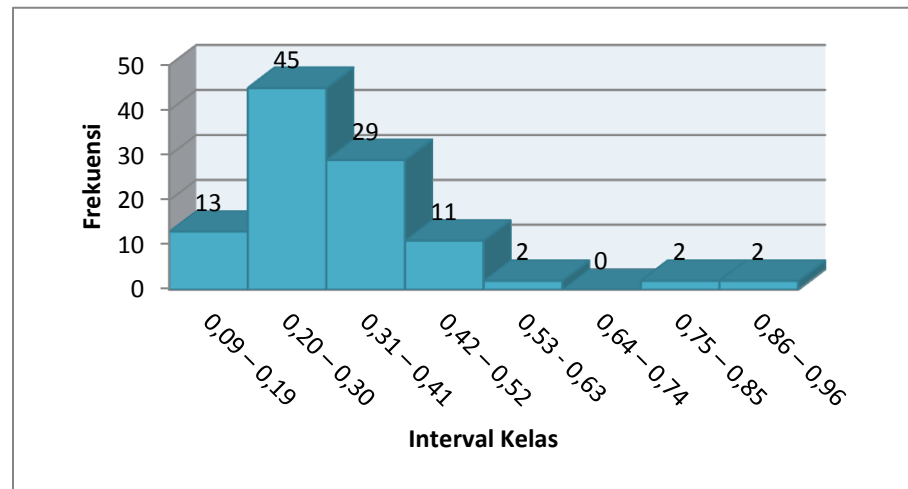
$$\begin{aligned} \text{Panjang kelas} &= \text{rentang data} / \text{jumlah kelas} \\ &= 0,78 / 8 \\ &= 0,0975 \text{ dibulatkan menjadi } 0,10 \end{aligned}$$

Tabel 10. Distribusi Frekuensi Dimensi HAM dalam CSR

No	Interval	Absolut	Relatif%	Absolut kumulatif	Kumulatif %
1	0,09 - 0,19	13	12,5	13	12,5
2	0,20 - 0,30	45	43,3	58	55,8
3	0,31 - 0,41	29	27,9	87	83,7
4	0,42 - 0,52	11	10,6	98	94,2
5	0,53 - 0,63	2	1,9	100	96,1
6	0,64 - 0,74	0	0	100	96,1
7	0,75 - 0,85	2	1,9	102	98,1
8	0,86 - 0,96	2	1,9	104	100
Total		104	100		

Sumber: Data sekunder yang diolah 2016

Berdasarkan distribusi frekuensi di atas dapat digambarkan histogram sebagai berikut :



Gambar 6. Histogram Distribusi Frekuensi variabel Dimensi HAM dalam CSR

f. Statistik Deskriptif Variabel Dimensi Sosial dalam CSR

Dimensi sosial dalam CSR diprosikan dengan menggunakan kinerja sosial dalam standar GRI. Berdasarkan perhitungan statistik deskriptif di atas, dimensi sosial dalam CSR memiliki nilai minimum 0,12 dan nilai maksimum sebesar 1,00. Nilai rata-rata dari dimensi sosial dalam CSR adalah 0,30 dengan standar deviasi 0,17.

Menghitung jumlah kelas interval dilakukan dengan menggunakan rumus Sturges :

$$\begin{aligned}
 K &= 1 + 3,3 \log n \\
 &= 1 + 3,3 \log 104 \\
 &= 1 + 6,65621002 \\
 &= 7,65621002 \text{ dibulatkan menjadi } 8
 \end{aligned}$$

Langkah selanjutnya adalah menghitung rentang data. Perhitungan rentang data penelitian sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 \text{Rentang data} &= \text{data terbesar} - \text{data terkecil} \\
 &= 1 - 0,12 \\
 &= 0,88
 \end{aligned}$$



Langkah selanjutnya adalah menghitung panjang kelas. Perhitungan panjang kelas pada variabel dimensi tenaga kerja dalam CSR adalah sebagai berikut:

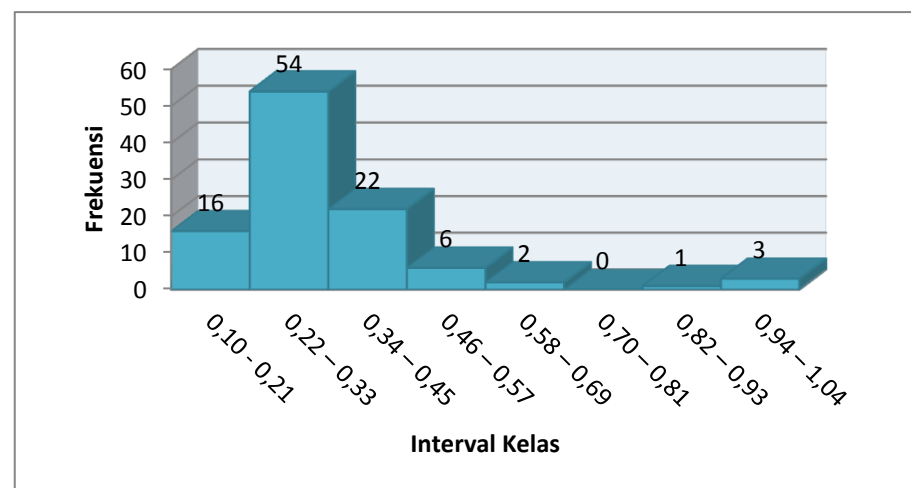
$$\begin{aligned} \text{Panjang kelas} &= \text{rentang data} / \text{jumlah kelas} \\ &= 0,88 / 8 \\ &= 0,11 \end{aligned}$$

Tabel 11. Distribusi Frekuensi Dimensi Sosial dalam CSR

No	Interval	Absolut	Relatif%	Absolut kumulatif	Kumulatif %
1	0,10 - 0,21	16	15,4	16	15,4
2	0,22 - 0,33	54	51,9	70	67,3
3	0,34 - 0,45	22	21,1	92	88,5
4	0,46 - 0,57	6	5,8	98	94,2
5	0,58 - 0,69	2	1,9	100	96,1
6	0,70 - 0,81	0	0	100	96,1
7	0,82 - 0,93	1	1,0	101	97,1
8	0,94 - 1,04	3	2,9	104	100
Total		104	100		

Sumber: Data sekunder yang diolah 2016

Berdasarkan distribusi frekuensi di atas dapat digambarkan histogram sebagai berikut :



Gambar 7. Histogram Distribusi Frekuensi variabel Dimensi Sosial dalam CSR

g. Statistik Deskriptif Variabel Dimensi produk dalam CSR

Dimensi produk dalam CSR diproksikan dengan menggunakan indikator kinerja produk dalam standar GRI. Berdasarkan perhitungan statistik deskriptif di atas, dimensi produk dalam CSR memiliki nilai minimum 0,22 dan nilai maksimum sebesar 1,00. Nilai rata-rata dari dimensi sosial dalam CSR adalah 0,70 dengan standar deviasi 0,23.

Menghitung jumlah kelas interval dilakukan dengan menggunakan rumus Sturges :

$$\begin{aligned} K &= 1 + 3,3 \log n \\ &= 1 + 3,3 \log 104 \\ &= 1 + 6,65621002 \\ &= 7,65621002 \text{ dibulatkan menjadi } 8 \end{aligned}$$

Langkah selanjutnya adalah menghitung rentang data. Perhitungan rentang data penelitian sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Rentang data} &= \text{data terbesar} - \text{data terkecil} \\ &= 1,00 - 0,22 \\ &= 0,78 \end{aligned}$$

Langkah selanjutnya adalah menghitung panjang kelas. Perhitungan panjang kelas pada variabel dimensi tenaga kerja dalam CSR adalah sebagai berikut:

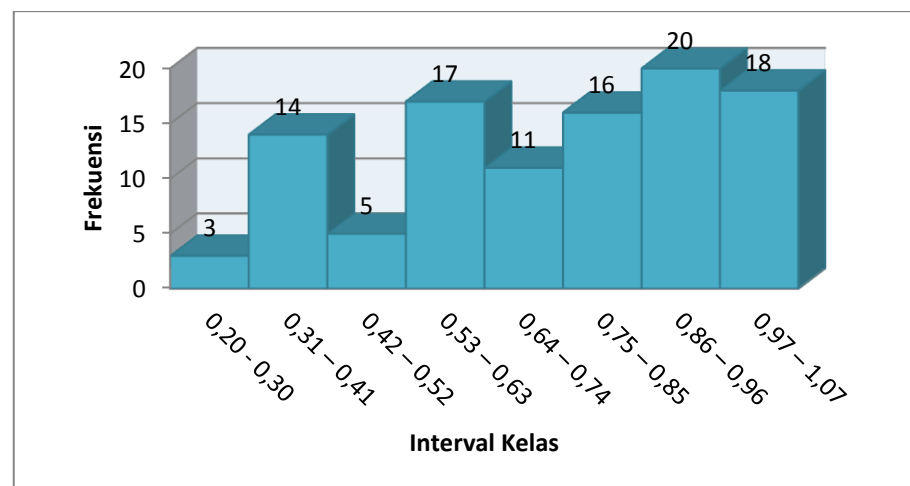
$$\begin{aligned} \text{Panjang kelas} &= \text{rentang data} / \text{jumlah kelas} \\ &= 0,78 / 8 \\ &= 0,0975 \text{ dibulatkan menjadi } 0,10 \end{aligned}$$

Tabel 12. Distribusi Frekuensi Dimensi Produk dalam CSR

No	Interval	Absolut	Relatif%	Absolut kumulatif	Kumulatif %
1	0,20 - 0,30	3	2,9	3	2,9
2	0,31 - 0,41	14	13,5	17	16,3
3	0,42 - 0,52	5	4,8	22	21,1
4	0,53 - 0,63	17	16,3	39	37,5
5	0,64 - 0,74	11	10,6	50	48,1
6	0,75 - 0,85	16	15,4	66	63,5
7	0,86 - 0,96	20	19,2	86	82,7
8	0,97 - 1,07	18	17,3	104	100
Total		104	100		

Sumber: Data sekunder yang diolah 2016

Berdasarkan distribusi frekuensi di atas dapat digambarkan histogram sebagai berikut :



Gambar 8. Histogram Distribusi Frekuensi variabel Dimensi Produk dalam CSR

## 2. Uji Asumsi Klasik

Sebelum data dianalisis lebih lanjut dengan menggunakan analisis regresi sederhana, terlebih dahulu data diuji dengan menggunakan uji asumsi klasik yakni terdiri dari uji Normalitas, Linearitas, Heteroskedastisitas, Multikolinearitas dan Autokorelasi. Uji asumsi klasik diperlukan agar data yang dimasukkan dalam model regresi dapat memenuhi ketentuan dan syarat dalam regresi. Perhitungan semua uji

asumsi klasik dilakukan dengan menggunakan program *SPSS for Windows* versi 16.0

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Imam Ghozali, 2011:160). Pengujian normalitas data sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji statistik nonparametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Distribusi data dikatakan normal apabila nilai probabilitas (Kolmogorof – Smirnov) > taraf signifikansi 5% (0,05). Sebaliknya, apabila nilai probabilitas (Kolmogorof – Smirnov) < taraf signifikansi 5% (0,05), maka distribusi data dikatakan tidak normal.

Tabel 13. Hasil Uji Normalitas

Variabel	Signifikansi	Nilai Kritis	Keterangan
<i>Unstandardized Residual</i>	0,91	0,05	Normal

Sumber : Data Sekunder yang diolah, 2016 (Hasil *output* SPSS pada lampiran 8 halaman 148)

Hasil uji normalitas K-S menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk *Unstandardized Residual* sebesar 0,91. Karena nilai signifikansi 0,91 lebih besar dari nilai signifikansi yang diharapkan yaitu 0,05 ( $0,91 > 0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi secara normal dan tidak menyalahi asumsi klasik normalitas, sehingga data dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

## b. Uji linearitas

Hasil pengolahan data uji linearitas dengan menggunakan IBM *SPSS Statistics* 16 adalah sebagai berikut :

Tabel 14. Hasil Uji Linearitas Variabel

Variabel	F Hitung	Sig	Keterangan
X1 dengan Y	5,597	0,059	Linear
X2 dengan Y	4,400	0,063	Linear
X3 dengan Y	4,950	0,052	Linear
X4 dengan Y	1,762	0,128	Linear
X5 dengan Y	6,170	0,051	Linear
X6 dengan Y	2,229	0,051	Linear

Sumber : Data Sekunder yang diolah, 2016 (Hasil *output* SPSS pada lampiran 8 halaman 149)

Variabel dianggap memiliki hubungan linear apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Berdasarkan hasil uji linearitas pada tabel di atas menunjukkan bahwa uji linearitas antara  $X_1$  dengan Y diperoleh F Hitung sebesar 5,597, dan nilai signifikansi sebesar 0,059 ( $0,059 > 0,05$ ) yang menunjukkan bahwa antara variabel Dimensi Ekonomi dalam CSR dengan Nilai Perusahaan memiliki hubungan linear. Hasil uji linearitas antara  $X_2$  dengan Y diperoleh F hitung 4,400 dan nilai signifikansi sebesar 0,063 ( $4,400 > 0,063$ ) yang menunjukkan bahwa hubungan antara Dimensi Lingkungan dalam CSR dengan Nilai Perusahaan adalah linear. Hasil uji linearitas antara  $X_3$  dengan Y diperoleh nilai F hitung sebesar 4,950 dan nilai signifikansi sebesar 0,052 ( $0,052 > 0,05$ ) yang menunjukkan bahwa hubungan antara Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR dengan Nilai Perusahaan adalah linear. Hasil uji antara  $X_4$  dengan Y diperoleh F

hitung sebesar 1,762 dan nilai signifikansi sebesar 0,128 ( $0,128 > 0,05$ ) yang menunjukkan bahwa hubungan antara Dimensi HAM dalam CSR dengan Nilai Perusahaan adalah linear. Hasil uji antara  $X_5$  dengan Y diperoleh F hitung sebesar 6,170 dan nilai signifikansi sebesar 0,051 ( $0,051 > 0,05$ ) yang menunjukkan bahwa hubungan antara Dimensi Sosial dalam CSR dengan Nilai Perusahaan adalah linear. Hasil uji antara  $X_6$  dengan Y diperoleh F hitung sebesar 2,229 dan nilai signifikansi sebesar 0,051 ( $0,051 > 0,05$ ) yang menunjukkan bahwa hubungan antara Dimensi HAM dalam CSR dengan Nilai Perusahaan adalah linear.

**c. Uji Multikolinearitas**

Imam Ghozali (2011) menyatakan bahwa Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam persamaan regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih dari 10 dan nilai *Tolerance* tidak kurang dari 0,1 maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas pada variabel bebas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 15. Hasil Uji Multikolonieritas

Variabel	Perhitungan		Keterangan
	<i>Tolerance</i>	VIF	
Dimensi Ekonomi dalam CSR (X1)	0,262	3,810	Tidak terjadi multikolonieritas
Dimensi Lingkungan dalam CSR (X2)	0,293	3,407	Tidak terjadi multikolonieritas
Dimensi Tenaga kerja dalam CSR (X3)	0,431	2,318	Tidak terjadi multikolonieritas
Dimensi HAM dalam CSR (X4)	0,758	1,320	Tidak terjadi multikolonieritas
Dimensi Sosial dalam CSR (X5)	0,497	2,013	Tidak terjadi multikolonieritas
Dimensi Produk dalam CSR (X6)	0,783	1,278	Tidak terjadi multikolonieritas

Sumber : Data Sekunder yang diolah, 2016 (Hasil *output* SPSS pada lampiran 8 halaman 151)

Tabel di atas menunjukkan bahwa semua variabel independen mempunyai nilai *Tolerance*  $\geq 0,10$  dan *Variance Inflation Factor* (VIF)  $\leq 10$ . Nilai *Tolerance* dan VIF pada variabel Dimensi Ekonomi dalam CSR 0,262 dan 3,810; nilai *Tolerance* dan VIF pada variabel Dimensi Lingkungan dalam CSR 0,293 dan 3,407; nilai *Tolerance* dan VIF pada variabel Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR 0,431 dan 2,318; nilai *Tolerance* dan VIF pada variabel Dimensi HAM dalam CSR 0,758 dan 1,320; nilai *Tolerance* dan VIF pada variabel Dimensi Sosial dalam CSR 0,497 dan 2,013; serta nilai *Tolerance* dan VIF pada variabel Dimensi Produk dalam CSR 0,783 dan 1,278. Jadi, dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi multikolonieritas antar variabel dalam model regresi, sehingga data dapat digunakan untuk uji selanjutnya, yaitu uji regresi.

#### d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan pengujian untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak mengandung heteroskedastisitas. Imam Ghozali (2011) menyatakan jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka suatu model dapat dikatakan terbebas dari heteroskedastisitas . Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 16. Hasil Uji Heteroskedastisitas

<b>Variabel</b>	<b>Sig.</b>	<b>Keterangan</b>
Dimensi Ekonomi dalam CSR (X1)	0,050	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Dimensi Lingkungan dalam CSR (X2)	0,713	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Dimensi Tenaga kerja dalam CSR (X3)	0,240	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Dimensi HAM dalam CSR (X4)	0,192	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Dimensi Sosial dalam CSR (X5)	0,053	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Dimensi Produk dalam CSR (X6)	0,787	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data Sekunder yang diolah, 2016 (Hasil *output* SPSS pada lampiran 8 halaman 152)

Tabel di atas menunjukkan bahwa tidak ada satupun variabel independen yang signifikan secara statistik memengaruhi variabel dependen nilai Absolut Ut. Hal ini terlihat dari nilai signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5% atau 0,05. Nilai signifikansi yang dihasilkan oleh masing-masing variabel Dimensi Ekonomi dalam CSR (X1), Dimensi Lingkungan dalam CSR (X2), Dimensi Tenaga kerja dalam CSR (X3), Dimensi HAM dalam CSR (X4), Dimensi Sosial



dalam CSR (X5), dan Dimensi Produk dalam CSR (X6) yaitu 0,050; 0,713; 0,240; 0,192; 0,053; dan 0,787. Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### e. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya (Imam Ghozali, 2011:110). Model regresi yang baik yaitu tidak terjadi autokorelasi. Pada penelitian ini, pengujian autokorelasi menggunakan Uji Durbin-Watson.

Tabel 17. Hasil Uji Autokorelasi

Variabel	DW hitung	Kesimpulan
X1 $\rightarrow$ Y	1,690	Tidak ada autokorelasi
X2 $\rightarrow$ Y	1,710	Tidak ada autokorelasi
X3 $\rightarrow$ Y	1,690	Tidak ada autokorelasi
X4 $\rightarrow$ Y	1,816	Tidak ada autokorelasi
X5 $\rightarrow$ Y	1,666	Tidak ada autokorelasi
X6 $\rightarrow$ Y	1,780	Tidak ada autokorelasi
(X1, X2, X3, X4, X5, X6) $\rightarrow$ Y	1,667	Tidak ada autokorelasi

Sumber: Data Sekunder yang diolah, 2016 (Hasil *output* SPSS pada lampiran 8 halaman 153)

Pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai DW hitung Dimensi Ekonomi dalam CSR (X1) terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur (Y) sebesar 1,690, nilai DW hitung Dimensi Lingkungan dalam CSR (X2) terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur (Y) sebesar 1,710, nilai DW hitung Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR (X3) terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur (Y) sebesar 1,690, nilai DW hitung Dimensi

HAM dalam CSR (X4) terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur (Y) sebesar 1,816, nilai DW hitung Dimensi Sosial dalam CSR (X5) terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur (Y) sebesar 1,666, nilai DW hitung Dimensi Produk dalam CSR (X6) terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur (Y), dan nilai DW hitung Dimensi Ekonomi, Lingkungan, Tenaga Kerja, HAM, Sosial dan Produk dalam CSR (X7) terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur (Y) sebesar 1,667. Jadi, dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi autokorelasi antar variabel dalam model regresi.

### **3. Hasil Uji Hipotesis Penelitian**

Dalam penelitian ini, hipotesis diuji dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana dan analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk menguji hipotesis pertama, kedua, ketiga, keempat, kelima, dan keenam. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh beberapa variabel independen terhadap suatu variabel dependen. Oleh karena itu, analisis linier berganda digunakan untuk menguji hipotesis ketujuh. Hasil uji hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **a. Pengujian Hipotesis 1**

Hipotesis pertama pada penelitian ini menyatakan bahwa Dimensi ekonomi dalam CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2013 dan 2014.

Hasil pengujian hipotesis pertama adalah sebagai berikut:

Tabel 18. Ringkasan Hasil Regresi Linier Sederhana Pengaruh Dimensi Ekonomi dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur

Kons-tanta	Koe-fisien	Perhitungan		Nilai t		Sig.
		R	r <sup>2</sup>	Hitung	Tabel	
-0,416	4,213	0,583	0,340	7,249	1,659	0,000

Sumber: Data Sekunder yang diolah, 2016 (Hasil *output* SPSS pada lampiran 9 halaman 155)

Tabel di atas menunjukkan bahwa Dimensi Ekonomi dalam CSR berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi lebih kecil dari *level of significant* yakni ( $0,000 < 0,050$ ) dan koefisien korelasi ( $r$ ) sebesar 0,583 dan nilai  $r^2$  sebesar 0,340, dapat diartikan bahwa besarnya pengaruh Dimensi Ekonomi dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan sebesar 34%. Hal ini menunjukkan bahwa masih ada 66% faktor atau variabel lain yang mempengaruhi Nilai Perusahaan.

Besarnya harga koefisien *predictor* sebesar 4,213 dan bilangan konstantanya sebesar -0,416 berdasarkan angka – angka tersebut dapat disusun persamaan garis regresi satu *predictor* sebagai berikut:

$$Y = -0,416 + 4,213X_1$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa nilai koefisien  $X_1$  sebesar 4,213 yang berarti, apabila Dimensi Ekonomi dalam CSR ( $X_1$ ) meningkat 1 poin maka Nilai Perusahaan ( $Y$ ) akan meningkat 4,213 poin.

Uji  $t$  untuk variabel Dimensi Ekonomi dalam CSR pada tabel 18 diperoleh  $t$  hitung sebesar 7,249 dan nilai  $t$  tabel sebesar 1,659 (tingkat

signifikansi 5%,  $n=104$ ). Jika keduanya dibandingkan, maka  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel ( $7,249 > 1,659$ ). Hal tersebut menunjukkan bahwa pengaruh Dimensi Ekonomi dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan sebesar 34% bermakna atau signifikan. Hal itu juga didukung dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen secara individual.

Berdasarkan uji hipotesis tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel Dimensi Ekonomi dalam CSR berpengaruh positif secara signifikan terhadap variabel Nilai Perusahaan. Hal tersebut dikarenakan koefisien Dimensi Ekonomi dalam CSR bernilai positif dan memiliki  $t$  hitung  $7,249 > t$  tabel  $1,659$  serta taraf signifikansi  $0,000 < 0,050$ . Dengan demikian, hipotesis 1 yang menyatakan “Dimensi Ekonomi dalam CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013 dan 2014” **diterima**.

#### b. Pengujian Hipotesis 2

Tabel 19. Ringkasan Hasil Regresi Linier Sederhana Pengaruh Dimensi Lingkungan dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur

Kons- tanta	Koe- fisien	Perhitungan		Nilai t		Sig.
		R	$r^2$	Hitung	Tabel	
0,109	2,765	0,339	0,115	3,683	1,659	0,000

Sumber: Data Sekunder yang diolah, 2016 (Hasil *output* SPSS pada lampiran 9 halaman 155)

Tabel di atas menunjukkan bahwa Dimensi Lingkungan dalam CSR berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi lebih kecil dari *level of*

*significant* yakni ( $0,000 < 0,050$ ) dan koefisien korelasi ( $r$ ) sebesar 0,339 dan nilai  $r^2$  sebesar 0,115, dapat diartikan bahwa besarnya pengaruh Dimensi Lingkungan dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan sebesar 11,5%. Hal ini menunjukkan bahwa masih ada 88,5% faktor atau variabel lain yang mempengaruhi Nilai Perusahaan.

Besarnya harga koefisien *predictor* sebesar 2,765 dan bilangan konstantanya sebesar 0,109 berdasarkan angka – angka tersebut dapat disusun persamaan garis regresi satu *predictor* sebagai berikut:

$$Y = 0,109 + 2,765X_2$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa nilai koefisien  $X_2$  sebesar 2,765 yang berarti, apabila Dimensi Lingkungan dalam CSR ( $X_2$ ) meningkat 1 poin maka Nilai Perusahaan ( $Y$ ) akan meningkat 2,765 poin.

Uji  $t$  untuk variabel Dimensi Ekonomi dalam CSR pada tabel 19 diperoleh  $t$  hitung sebesar 3,683 dan nilai  $t$  tabel sebesar 1,659 (tingkat signifikansi 5%,  $n=104$ ). Jika keduanya dibandingkan, maka  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel ( $3,683 > 1,659$ ). Hal tersebut menunjukkan bahwa pengaruh Dimensi Lingkungan dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan sebesar 11,5% bermakna atau signifikan. Hal itu juga didukung dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen secara individual.

Berdasarkan uji hipotesis tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel Dimensi Lingkungan dalam CSR berpengaruh positif secara

signifikan terhadap variabel Nilai Perusahaan. Hal tersebut dikarenakan koefisien Dimensi Lingkungan dalam CSR bernilai positif dan memiliki t hitung  $3,683 > t$  tabel  $1,659$  serta taraf signifikansi  $0,000 < 0,050$ . Dengan demikian, hipotesis 2 yang menyatakan “Dimensi Lingkungan dalam CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013 dan 2014” **diterima**.

### c. Pengujian Hipotesis 3

Tabel 20. Ringkasan Hasil Regresi Linier Sederhana Pengaruh Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur

Kons-tanta	Koe-fisien	Perhitungan		Nilai t		Sig.
		r	r <sup>2</sup>	Hitung	tabel	
-0,558	3,030	0,381	0,146	4,168	1,659	0,000

Sumber: Data Sekunder yang diolah, 2016 (Hasil *output* SPSS pada lampiran 9 halaman 156)

Tabel di atas menunjukkan bahwa Dimensi Lingkungan dalam CSR berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi lebih kecil dari *level of significant* yakni ( $0,000 < 0,050$ ) dan koefisien korelasi (r) sebesar 0,381 dan nilai r<sup>2</sup> sebesar 0,146, dapat diartikan bahwa besarnya pengaruh Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan sebesar 14,6%. Hal ini menunjukkan bahwa masih ada 85,4% faktor atau variabel lain yang mempengaruhi Nilai Perusahaan.

Besarnya harga koefisien *predictor* sebesar 3,030 dan bilangan konstantanya sebesar -0,558 berdasarkan angka – angka tersebut dapat disusun persamaan garis regresi satu *predictor* sebagai berikut:

$$Y = -0,558 + 3,030X_3$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa nilai koefisien X3 sebesar 3,030 yang berarti, apabila Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR (X3) meningkat 1 poin maka Nilai Perusahaan (Y) akan meningkat 3,030 poin.

Uji t untuk variabel Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR pada tabel 20 diperoleh t hitung sebesar 4,168 dan nilai t tabel sebesar 1,659 (tingkat signifikansi 5%, n=104). Jika keduanya dibandingkan, maka t hitung lebih besar dari t tabel ( $4,168 > 1,659$ ). Hal tersebut menunjukkan bahwa pengaruh Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan sebesar 14,6% bermakna atau signifikan. Hal itu juga didukung dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen secara individual.

Berdasarkan uji hipotesis tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR berpengaruh positif secara signifikan terhadap variabel Nilai Perusahaan. Hal tersebut dikarenakan koefisien Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR bernilai positif dan memiliki t hitung  $4,168 > t$  tabel 1,659 serta taraf signifikansi  $0,000 < 0,050$ . Dengan demikian, hipotesis 3 yang menyatakan “Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013 dan 2014” **diterima**.

#### d. Pengujian Hipotesis 4

Tabel 21. Ringkasan Hasil Regresi Linier Sederhana Pengaruh Dimensi HAM dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur

Kons- tanta	Koe- fisien	Perhitungan		Nilai t		Sig.
		r	r <sup>2</sup>	Hitung	tabel	
0,604	1,560	0,159	0,025	1,632	1,659	0,106

Sumber: Data Sekunder yang diolah, 2016 (Hasil *output* SPSS pada lampiran 9 halaman 157)

Tabel di atas menunjukkan bahwa Dimensi HAM dalam CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi lebih besar dari *level of significant* yakni ( $0,106 > 0,050$ ) dan koefisien korelasi ( $r$ ) sebesar 0,159 dan nilai  $r^2$  sebesar 0,025, dapat diartikan bahwa besarnya pengaruh Dimensi HAM dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan sebesar 2,5%. Hal ini menunjukkan bahwa masih ada 97,5% faktor atau variabel lain yang mempengaruhi Nilai Perusahaan.

Besarnya harga koefisien *predictor* sebesar 1,560 dan bilangan konstantanya sebesar 0,604 berdasarkan angka – angka tersebut dapat disusun persamaan garis regresi satu *predictor* sebagai berikut:

$$Y = 0,604 + 1,560X_4$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa nilai koefisien  $X_4$  sebesar 1,560 yang berarti, apabila Dimensi HAM dalam CSR ( $X_4$ ) meningkat 1 poin maka Nilai Perusahaan ( $Y$ ) akan meningkat 1,560 poin.

Uji  $t$  untuk variabel Dimensi HAM dalam CSR pada tabel 21 diperoleh  $t$  hitung sebesar 1,632 dan nilai  $t$  tabel sebesar 1,659 (tingkat signifikansi 5%,  $n=104$ ). Jika keduanya dibandingkan, maka  $t$  hitung



lebih kecil dari t tabel ( $1,632 < 1,659$ ). Hal itu juga didukung dengan nilai signifikansi sebesar 0,106 lebih besar dari 0,05 yang artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen secara individual.

Berdasarkan uji hipotesis tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel Dimensi HAM dalam CSR berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap variabel Nilai Perusahaan. Hal tersebut dikarenakan Dimensi HAM dalam CSR memiliki t hitung  $1,632 < t$  tabel 1,659 dengan taraf signifikansi  $0,106 > 0,050$ . Dengan demikian, hipotesis 4 yang menyatakan “Dimensi HAM dalam CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013 dan 2014” **ditolak**.

#### e. Pengujian Hipotesis 5

Tabel 22. Ringkasan Hasil Regresi Linier Sederhana Pengaruh Dimensi Sosial dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur

Kons-tanta	Koe-fisien	Perhitungan		Nilai t		Sig.
		R	r <sup>2</sup>	Hitung	tabel	
-0,788	6,030	0,708	0,501	10,117	1,659	0,000

Sumber: Data Sekunder yang diolah, 2016 (Hasil *output* SPSS pada lampiran 9 halaman 157)

Tabel di atas menunjukkan bahwa Dimensi Sosial dalam CSR berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi lebih kecil dari *level of significant* yakni ( $0,000 < 0,050$ ) dan koefisien korelasi (r) sebesar 0,708 dan nilai r<sup>2</sup> sebesar 0,501, dapat diartikan bahwa besarnya pengaruh Dimensi Sosial dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan sebesar 50,1%. Hal ini

menunjukkan bahwa masih ada 49,9% faktor atau variabel lain yang mempengaruhi Nilai Perusahaan.

Besarnya harga koefisien *predictor* sebesar 6,030 dan bilangan konstantanya sebesar -0,788 berdasarkan angka – angka tersebut dapat disusun persamaan garis regresi satu *predictor* sebagai berikut:

$$Y = -0,788 + 6,030X5$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa nilai koefisien X5 sebesar 6,030 yang berarti, apabila Dimensi Sosial dalam CSR (X5) meningkat 1 poin maka Nilai Perusahaan (Y) akan meningkat 6,030 poin.

Uji t untuk variabel Dimensi Sosial dalam CSR pada tabel 22 diperoleh t hitung sebesar 10,117 dan nilai t tabel sebesar 1,659 (tingkat signifikansi 5%, n=104). Jika keduanya dibandingkan, maka t hitung lebih besar dari t tabel ( $10,117 > 1,659$ ). Hal tersebut menunjukkan bahwa pengaruh Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan sebesar 50,1% bermakna atau signifikan. Hal itu juga didukung dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen secara individual.

Berdasarkan uji hipotesis tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel Dimensi Sosial dalam CSR berpengaruh positif secara signifikan terhadap variabel Nilai Perusahaan. Hal tersebut dikarenakan koefisien Dimensi Sosial dalam CSR bernilai positif dan memiliki t hitung  $10,117 > t$  tabel 1,659 serta taraf signifikansi 0,000

< 0,050. Dengan demikian, hipotesis 5 yang menyatakan “Dimensi Sosial dalam CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013 dan 2014” **diterima**.

#### e. Pengujian Hipotesis 6

Tabel 23. Ringkasan Hasil Regresi Linier Sederhana Pengaruh Dimensi Produk dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur

Kons- tanta	Koe- fisien	Perhitungan		Nilai t		Sig.
		R	r <sup>2</sup>	Hitung	tabel	
1,278	-0,312	0,050	0,003	-0,510	1,659	0,611

Sumber: Data Sekunder yang diolah, 2016 (Hasil *output* SPSS pada lampiran 9 halaman 158)

Tabel di atas menunjukkan bahwa Dimensi Produk dalam CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi lebih besar dari *level of significant* yakni ( $0,611 > 0,050$ ) dan koefisien korelasi ( $r$ ) sebesar 0,050 dan nilai  $r^2$  sebesar 0,003, dapat diartikan bahwa besarnya pengaruh Dimensi Produk dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan sebesar 0,3%. Hal ini menunjukkan bahwa masih ada 99,7% faktor atau variabel lain yang mempengaruhi Nilai Perusahaan.

Besarnya harga koefisien *predictor* sebesar -0,312 dan bilangan konstantanya sebesar 1,278 berdasarkan angka – angka tersebut dapat disusun persamaan garis regresi satu *predictor* sebagai berikut:

$$Y = 1,278 - 0,312X_6$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa nilai koefisien  $X_6$  sebesar -0,312 yang berarti, apabila Dimensi Produk dalam CSR ( $X_4$ )

menurun 1 poin maka Nilai Perusahaan (Y) akan menurun -0,312 poin.

Uji t untuk variabel Dimensi Produk dalam CSR pada tabel 23 diperoleh t hitung sebesar -0,510 dan nilai t tabel sebesar 1,659 (tingkat signifikansi 5%, n=104). Nilai t hitung dalam SPSS adalah nilai absolut sehingga tanda negatif diabaikan (Wahana Komputer, 2006: 253). Jika keduanya dibandingkan, maka t hitung lebih kecil dari t tabel ( $0,510 < 1,659$ ). Hal itu juga didukung dengan nilai signifikansi sebesar 0,611 lebih besar dari 0,05 yang artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen secara individual.

Berdasarkan uji hipotesis tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel Dimensi Produk dalam CSR berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap variabel Nilai Perusahaan. Hal tersebut dikarenakan Dimensi Produk dalam CSR memiliki t hitung  $0,510 < t$  tabel 1,659 dengan taraf signifikansi  $0,611 > 0,050$ . Dengan demikian, hipotesis 6 yang menyatakan “Dimensi Produk dalam CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013 dan 2014” **ditolak**.

## f. Pengujian Hipotesis 7

Tabel 24. Ringkasan Hasil Regresi Linier Berganda Pengaruh Dimensi Ekonomi, Lingkungan, Tenaga Kerja, HAM, Sosial dan Produk dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur

Keterangan	Koefisien Regresi
Konstanta	-0,586
Dimensi Ekonomi dalam CSR (X1)	3,810
Dimensi Lingkungan dalam CSR (X2)	-3,544
Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR (X3)	0,775
Dimensi HAM dalam CSR (X4)	-2,303
Dimensi Sosial dalam CSR (X5)	5,558
Dimensi Produk dalam CSR (X6)	0,126
R	= 0,788
R Square	= 0,621
F hitung	= 26,444
F tabel	= 3,700
Sig F	= 0,000

Sumber: Data Sekunder yang diolah, 2016 (Hasil *output* SPSS pada lampiran 9 halaman 159)

Berdasarkan perhitungan diperoleh nilai koefisien regresi X1 sebesar 3,810, nilai koefisien regresi X2 sebesar -3,544, nilai koefisien regresi X3 sebesar 0,775, nilai koefisien regresi X4 sebesar -2,303, nilai koefisien regresi X5 sebesar 5,558, nilai koefisien regresi X6 sebesar 0,126 dan nilai konstanta sebesar -0,586. Berdasarkan angka tersebut maka dapat disusun persamaan garis regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = -0,586 + 3,810X1 - 3,544X2 + 0,775X3 - 2,303X4 + 5,558X5 + 0,126X6$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas dapat diketahui:

- 1) Nilai konstanta -0,586 dapat diartikan jika seluruh variabel independen Dimensi Ekonomi, Lingkungan, Tenaga Kerja, HAM, Sosial dan Produk dalam CSR dianggap konstan, maka

- nilai variabel dependen, Nilai Perusahaan adalah sebesar - 0,586 satuan.
- 2) Nilai koefisien regresi Dimensi Ekonomi dalam CSR sebesar 3,810 diartikan jika terjadi kenaikan 1 satuan pada variabel Dimensi Ekonomi dalam CSR, sedangkan variabel independen lainnya yaitu Dimensi Lingkungan, Tenaga Kerja, HAM, Sosial dan Produk dalam CSR dianggap konstan, maka variabel dependen, Nilai Perusahaan, akan naik sebesar 3,810 satuan.
  - 3) Nilai koefisien regresi Dimensi Lingkungan dalam CSR sebesar -3,544 diartikan jika terjadi penurunan 1 satuan pada variabel Dimensi Lingkungan dalam CSR, sedangkan variabel independen lainnya yaitu Dimensi Ekonomi, Tenaga Kerja, HAM, Sosial dan Produk dalam CSR dianggap konstan, maka variabel dependen, Nilai Perusahaan akan turun -3,544 satuan.
  - 4) Nilai koefisien regresi Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR sebesar 0,126 diartikan jika terjadi kenaikan 1 satuan pada variabel Dimensi Produk dalam CSR, sedangkan variabel independen lainnya yaitu Dimensi Ekonomi, Lingkungan, HAM dan Sosial dalam CSR dianggap konstan, maka variabel dependen, Nilai Perusahaan, akan naik sebesar 0,126 satuan.
  - 5) Nilai koefisien regresi Dimensi HAM dalam CSR sebesar - 2,303 diartikan jika terjadi penurunan 1 satuan pada variabel Dimensi HAM dalam CSR, sedangkan variabel independen

- lainnya yaitu Dimensi Ekonomi, Lingkungan, Tenaga Kerja, Sosial dan Produk dalam CSR dianggap konstan, maka variabel dependen, Nilai Perusahaan akan turun -2,303 satuan.
- 6) Nilai koefisien regresi Dimensi Sosial dalam CSR sebesar 5,558 diartikan jika terjadi kenaikan 1 satuan pada variabel Dimensi Sosial dalam CSR, sedangkan variabel independen lainnya yaitu Dimensi Ekonomi, Lingkungan, Tenaga Kerja, HAM dan Produk dalam CSR dianggap konstan, maka variabel dependen, Nilai Perusahaan akan naik 5,558 satuan.
- 7) Nilai koefisien regresi Dimensi Produk dalam CSR sebesar 1,257 diartikan jika terjadi kenaikan 1 satuan pada variabel Modal Intelektual, sedangkan variabel independen lainnya yaitu Dewan Direksi, Dewan Komisaris, Proporsi Komisaris Independen, Komite Audit, dan Kepemilikan Institusional dianggap konstan, maka variabel dependen, Kinerja Keuangan akan naik 1,257 satuan.

Hasil regresi berganda menunjukkan koefisien korelasi sebesar 0,788 dan koefisien determinasi *Adjusted R Square* sebesar 0,621 yang menggambarkan hubungan antara Dimensi Ekonomi, Lingkungan, Tenaga Kerja, HAM, Sosial dan Produk dalam CSR berpengaruh secara bersama-sama terhadap Nilai Perusahaan. Setelah dilakukan uji signifikansi dengan uji F diperoleh nilai Fhitung sebesar 26,444 lebih besar dari Ftabel yaitu 3,700. Selain itu, signifikansi lebih kecil dari pada *level of significant* ( $0,000 < 0,050$ ). Dapat

disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara keenam variabel bebas secara simultan yakni Dimensi Ekonomi, Lingkungan, Tenaga Kerja, HAM, Sosial dan Produk dalam CSR. Artinya semakin tinggi Dimensi Ekonomi, Lingkungan, Tenaga Kerja, HAM, Sosial dan Produk dalam CSR maka kemungkinan Nilai Perusahaan semakin tinggi pula.

Dengan demikian, hipotesis 7 yang menyatakan “Dimensi Ekonomi, Lingkungan, Tenaga Kerja, HAM, Sosial dan Produk dalam CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013 dan 2014” **diterima**.

Berdasarkan hasil pengujian ketujuh hipotesis terkait dengan pengaruh Dimensi Ekonomi, Lingkungan, Tenaga Kerja, HAM, Sosial dan Produk dalam CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang telah dijelaskan di atas, maka dapat direkapitulasi pada tabel berikut:

Tabel 25. Rekapitulasi Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	R	R <sup>2</sup>	t / F	Keputusan
H <sub>1</sub>	0,583	0,340	7,249	Diterima
H <sub>2</sub>	0,339	0,115	3,638	Diterima
H <sub>3</sub>	0,381	0,146	4,168	Diterima
H <sub>4</sub>	0,159	0,025	1,632	Ditolak
H <sub>5</sub>	0,708	0,501	10,117	Diterima
H <sub>6</sub>	0,050	0,003	-0,510	Ditolak
H <sub>7</sub>	0,788	0,621	26,444	Diterima

Sumber: Data Sekunder yang Diolah, 2016

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda dapat diketahui besarnya sumbangan relatif dan sumbangan efektif masing-masing



variabel bebas terhadap variabel terikat. Besarnya sumbangan relatif dan efektif dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 26. Sumbangan Relatif dan Sumbangan Efektif

PREDIKTOR	MODEL REGRESI	SR (%)		SE (%)	
		TOTAL	TIAP PREDIKTOR	TOTAL	TIAP PREDIKTOR
Dimensi Ekonomi dalam CSR (X1)	$Y = -0,416 + 4,213X1$	100	100	34	34
Dimensi Lingkungan dalam CSR (X2)	$Y = 0,109 + 2,765X2$	100	100	11,5	11,5
Dimensi Tenaga kerja dalam CSR (X3)	$Y = -0,558 + 3,030X3$	100	100	14,6	14,6
Dimensi Sosial dalam CSR (X5)	$Y = -0,788 + 6,030X5$	100	100	50,1	50,1
X1, X2, X3, X4, X5, X6	$Y = -0,586 + 3,810X1 - 3,544X2 + 0,775X3 - 2,303X4 + 5,558X5 + 0,126X6$	100	X1=49,5 X2=23,7 X3=6,0 X4=6,0 X5=14,6 X6=0,2	62,1	X1=30,8 X2=14,7 X3=3,7 X4=3,7 X5=9,1 X6=0,1

Sumber: Data Sekunder yang diolah, 2016 (Hasil *output* SPSS pada lampiran 10 halaman 160)

## C. Pembahasan

### 1. Pengaruh Dimensi Ekonomi dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2013 dan 2014

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis pertama yang menyatakan bahwa Dimensi Ekonomi dalam CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2013 dan 2014. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari nilai 0,05. Nilai koefisien regresi sebesar 4,213 yang memiliki arah positif membuktikan bahwa Dimensi Ekonomi

dalam CSR berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur. Selain itu, berdasarkan data hasil koefisien korelasi ( $r$ ) menunjukkan nilai sebesar 0,583 dan juga nilai koefisien determinasi ( $r^2$ ) sebesar 0,340 menunjukkan bahwa Dimensi Ekonomi dalam CSR berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur sebesar 34%, sedangkan variabel lain di luar penelitian ini akan mempengaruhi sebesar 66%. Dimensi Ekonomi dalam CSR memberikan pengaruh signifikan tetapi tidak dominan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur.

Persamaan regresinya adalah  $Y = -0,416 + 4,213X_1$ . Persamaan tersebut memiliki arti bahwa apabila nilai variabel Dimensi Ekonomi dalam CSR dianggap konstan atau tidak mengalami perubahan maka variabel Nilai Perusahaan Manufaktur akan tetap sebesar -0,416. Namun, apabila nilai variabel Dimensi Ekonomi dalam CSR turun sebesar 1 poin, maka Nilai Perusahaan Manufaktur akan naik sebesar 4,213 poin. Nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $7,249 > 1,659$ ) mengindikasikan bahwa Dimensi Ekonomi dalam CSR berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur. Dengan begitu, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Dimensi Ekonomi dalam CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur. Semakin besar Dimensi Ekonomi dalam CSR maka Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2013 dan 2014 juga akan semakin besar.

Besarnya sumbangan efektif (SE) atau kontribusi variabel Dimensi Ekonomi dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur 34%. Sisanya

sebesar 66% (100-34) ditentukan oleh faktor lain di luar variabel yang terkait dengan penelitian.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Ni Wayan Rustiarini (2010) yang berjudul “pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan *corporate governance* sebagai variabel *moderating*”. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa semakin baik kinerja perusahaan yang diwujudkan dalam aspek kinerja ekonomi maka nilai perusahaan juga akan meningkat. Peningkatan nilai perusahaan ini dikarenakan investor lebih tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan yang kinerja ekonominya baik.

Penelitian ini menunjukkan bahwa Dimensi Ekonomi dalam CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur. Jadi semakin tinggi Dimensi Ekonomi dalam CSR yang dimiliki oleh perusahaan, maka akan semakin tinggi nilai perusahaan manufaktur.

## **2. Pengaruh Dimensi Lingkungan dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2013 dan 2014**

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis kedua yang menyatakan bahwa Dimensi Lingkungan dalam CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2013 dan 2014. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari nilai 0,05. Nilai koefisien regresi sebesar 2,765 yang memiliki arah positif membuktikan bahwa Dimensi

Lingkungan dalam CSR berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur. Selain itu, berdasarkan data hasil koefisien korelasi ( $r$ ) menunjukkan nilai sebesar 0,339 dan juga nilai koefisien determinasi ( $r^2$ ) sebesar 0,115 menunjukkan bahwa Dimensi Lingkungan dalam CSR berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur sebesar 11,5%, sedangkan variabel lain di luar penelitian ini akan mempengaruhi sebesar 88,5%. Dimensi Lingkungan dalam CSR memberikan pengaruh signifikan tetapi tidak dominan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur.

Persamaan regresinya adalah  $Y = 0,109 + 2,765X_2$ . Persamaan tersebut memiliki arti bahwa apabila nilai variabel Dimensi Lingkungan dalam CSR dianggap konstan atau tidak mengalami perubahan maka variabel Nilai Perusahaan Manufaktur akan tetap sebesar 0,109. Namun, apabila nilai variabel Dimensi Lingkungan dalam CSR naik sebesar 1 poin, maka Nilai Perusahaan Manufaktur akan naik sebesar 2,765 poin. Nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $3,683 > 1,659$ ) mengindikasikan bahwa Dimensi Lingkungan dalam CSR berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur. Dengan begitu, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Dimensi Lingkungan dalam CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur. Semakin besar Dimensi Lingkungan dalam CSR maka Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2013 dan 2014 juga akan semakin besar.

Besarnya sumbangan efektif (SE) atau kontribusi variabel Dimensi Lingkungan dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur 11,5%.

Sisanya sebesar 88.5% (100-11.5) ditentukan oleh faktor lain di luar variabel yang terkait dengan penelitian.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Rimba Kusumadilaga (2010) yang berjudul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating”. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa CSR (meliputi dimensi lingkungan) berpengaruh terhadap nilai perusahaan (diproksikan dengan rasio Tobin’s Q).

Penelitian ini menunjukkan bahwa Dimensi Lingkungan dalam CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur. Jadi semakin tinggi Dimensi Lingkungan dalam CSR yang dimiliki oleh perusahaan, maka akan semakin tinggi pula nilai perusahaan manufaktur.

### **3. Pengaruh Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2013 dan 2014**

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2013 dan 2014. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari nilai 0,05. Nilai koefisien regresi sebesar 3,030 yang memiliki arah positif membuktikan bahwa Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur. Selain itu, berdasarkan data hasil koefisien korelasi ( $r$ )

menunjukkan nilai sebesar 0,381 dan juga nilai koefisien determinasi ( $r^2$ ) sebesar 0,146 menunjukkan bahwa Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur sebesar 14,6%, sedangkan variabel lain di luar penelitian ini akan mempengaruhi sebesar 85,4%. Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR memberikan pengaruh signifikan tetapi tidak dominan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur.

Persamaan regresinya adalah  $Y = -0,558 + 3,030X_3$ . Persamaan tersebut memiliki arti bahwa apabila nilai variabel Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR dianggap konstan atau tidak mengalami perubahan maka variabel Nilai Perusahaan Manufaktur akan tetap sebesar -0,558. Namun, apabila nilai variabel Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR naik sebesar 1 poin, maka Nilai Perusahaan Manufaktur akan naik sebesar 3,030 poin. Nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $4,168 > 1,659$ ) mengindikasikan bahwa Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur. Dengan begitu, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur. Semakin besar Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR maka Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2013 dan 2014 juga akan semakin besar.

Besarnya sumbangan efektif (SE) atau kontribusi variabel Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur 14,6%. Sisanya sebesar 85,4% ( $100-14,6$ ) ditentukan oleh faktor lain di luar variabel yang terkait dengan penelitian.

Hasil penelitian ini mendukung hasil yang dilakukan oleh Nurlela dan Islahuddin (2008) yang meneliti tentang pengaruh “*Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan kepemilikan manajemen sebagai variabel moderating di perusahaan-perusahaan sektor non keuangan yang terdaftar di BEJ untuk tahun 2005”. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan menjaga keselamatan pekerjaannya, memperlakukannya secara adil dan menghargai pekerjaannya akan direspon positif oleh investor, sehingga investor akan menanamkan sahamnya pada perusahaan tersebut. Oleh karena itu, Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur.

#### **4. Pengaruh Dimensi HAM dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2013 dan 2014**

Hasil penelitian ini tidak mendukung hipotesis keempat yang menyatakan bahwa Dimensi HAM dalam CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2013 dan 2014. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,106 yang lebih besar dari nilai 0,05. Selain itu, berdasarkan data hasil koefisien korelasi ( $r$ ) menunjukkan nilai sebesar 0,159 dan juga nilai koefisien determinasi ( $r^2$ ) sebesar 0,025 menunjukkan bahwa Dimensi HAM dalam CSR berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

Manufaktur sebesar 2,5%, sedangkan variabel lain di luar penelitian ini akan mempengaruhi sebesar 97,5%.

Persamaan regresinya adalah  $Y = 0,604 + 1,560X_4$ . Persamaan tersebut memiliki arti bahwa apabila nilai variabel Dimensi HAM dalam CSR dianggap konstan atau tidak mengalami perubahan maka variabel Nilai Perusahaan Manufaktur akan tetap sebesar 0,604. Namun, apabila nilai variabel Dimensi HAM dalam CSR naik sebesar 1 poin, maka Nilai Perusahaan Manufaktur akan naik sebesar 1,560 poin. Nilai t hitung 1,632 < t tabel 1,659 mengindikasikan bahwa Dimensi HAM dalam CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur. Dengan begitu, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Dimensi HAM dalam CSR berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur.

Hasil penelitian ini mendukung hasil yang dilakukan oleh Suhartati, dkk (2011) yang berjudul “Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Tata Kelola Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur tahun 2007 – 2008”. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa CSR tidak signifikan berpengaruh pada nilai perusahaan, sehingga meskipun memiliki arah positif tetapi variabel independen tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini menunjukkan bahwa Dimensi HAM tidak mempunyai pengaruh yang cukup besar dalam meningkatkan nilai perusahaan manufaktur, karena tanggung jawab terhadap HAM sudah menjadi bagian dari aktivitas perusahaan sebelum adanya kewajiban untuk menjalankan



CSR. Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa Dimensi HAM dalam CSR memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur.

#### **5. Pengaruh Dimensi Sosial dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2013 dan 2014**

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis kelima yang menyatakan bahwa Dimensi Sosial dalam CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2013 dan 2014. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari nilai 0,05. Nilai koefisien regresi sebesar 6,030 yang memiliki arah positif membuktikan bahwa Dimensi Sosial dalam CSR berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur. Selain itu, berdasarkan data hasil koefisien korelasi ( $r$ ) menunjukkan nilai sebesar 0,708 dan juga nilai koefisien determinasi ( $r^2$ ) sebesar 0,501 menunjukkan bahwa Dimensi Sosial dalam CSR berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur sebesar 50,1%, sedangkan variabel lain di luar penelitian ini akan mempengaruhi sebesar 49,9%. Dimensi Sosial dalam CSR memberikan pengaruh signifikan tetapi tidak dominan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur.

Persamaan regresinya adalah  $Y = -0,788 + 6,030X_5$ . Persamaan tersebut memiliki arti bahwa apabila nilai variabel Dimensi Sosial dalam CSR dianggap konstan atau tidak mengalami perubahan maka variabel Nilai Perusahaan Manufaktur akan tetap sebesar -0,788. Namun, apabila nilai variabel Dimensi Sosial dalam CSR naik sebesar 1 poin, maka Nilai

Perusahaan Manufaktur akan naik sebesar 6,030 poin. Nilai t hitung  $>$  t tabel ( $10,117 > 1,659$ ) mengindikasikan bahwa Dimensi Sosial dalam CSR berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur. Dengan begitu, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Dimensi Sosial dalam CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur. Semakin besar Dimensi Sosial dalam CSR maka Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2013 dan 2014 juga akan semakin besar.

Besarnya sumbangan efektif (SE) atau kontribusi variabel Dimensi Sosial dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur 50,1% Sisanya sebesar 49,9% ( $100-50,1$ ) ditentukan oleh faktor lain di luar variabel yang terkait dengan penelitian.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Schadewitz dan Niskala (2010) yang berjudul “Pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan”. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan yang melakukan aktivitas - aktivitas kaitannya dengan kegiatan sosial cenderung akan direspon oleh *stakeholder*, terutama investor sehingga akan meningkatkan harga saham perusahaan. Oleh karena itu, Dimensi Sosial dalam CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur. Jadi semakin tinggi Dimensi Sosial dalam CSR dimiliki oleh perusahaan, maka akan semakin tinggi pula nilai perusahaan manufaktur.

## **6. Pengaruh Dimensi Produk dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2013 dan 2014**

Hasil penelitian ini tidak mendukung hipotesis keenam yang menyatakan bahwa Dimensi Produk dalam CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2013 dan 2014. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,611 yang lebih besar dari nilai 0,05. Selain itu, berdasarkan data hasil koefisien korelasi ( $r$ ) menunjukkan nilai sebesar 0,050 dan juga nilai koefisien determinasi ( $r^2$ ) sebesar 0,003 menunjukkan bahwa Dimensi Produk dalam CSR berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur sebesar 0,3%, sedangkan variabel lain di luar penelitian ini akan mempengaruhi sebesar 99,7%.

Persamaan regresinya adalah  $Y = 1,278 - 0,312X_6$ . Persamaan tersebut memiliki arti bahwa apabila nilai variabel Dimensi Produk dalam CSR dianggap konstan atau tidak mengalami perubahan maka variabel Nilai Perusahaan Manufaktur akan tetap sebesar 1,278. Namun, apabila nilai variabel Dimensi Produk dalam CSR turun sebesar 1 poin, maka Nilai Perusahaan Manufaktur akan turun sebesar -0,312 poin. Nilai  $t$  hitung  $0,510 < t$  tabel 1,659 mengindikasikan bahwa Dimensi Produk dalam CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur. Dengan begitu, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Dimensi Produk dalam CSR berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur.

Hasil penelitian ini mendukung hasil yang dilakukan oleh Wahyu Ardimas dan Wardoyo (2014) dengan judul “Pengaruh Kinerja Keuangan dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan pada Bank Go Public yang terdaftar di BEI”. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel *corporate social responsibility* (CSR) tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini menunjukkan bahwa investor tidak merespon atas pengungkapan Dimensi Produk dalam CSR yang telah dilakukan oleh perusahaan, karena informasi yang dicantumkan mengenai produk yang dijual sudah dilakukan sebelum adanya undang – undang tentang CSR. Dengan demikian, Dimensi Produk dalam CSR memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur.

#### **7. Pengaruh Dimensi Ekonomi, Lingkungan, Tenaga Kerja, HAM, Sosial dan Produk dalam CSR secara bersama-sama terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2013 dan 2014**

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis ketujuh yang menyatakan bahwa Dimensi Ekonomi, Lingkungan, Tenaga Kerja, HAM, Sosial dan Produk dalam CSR secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2013 dan 2014. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan nilai F hitung lebih besar dari F tabel. Nilai F hitung yang didapatkan yaitu sebesar 26,444. Nilai ini lebih besar dari F tabel yaitu 3,700 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan lebih kecil dari 0,05. Selain itu,

berdasarkan hasil koefisien korelasi sebesar 0,788 dan koefisien determinasi *Adjusted R Square* 0,621 menunjukkan Dimensi Ekonomi, Lingkungan, Tenaga Kerja, HAM, Sosial dan Produk dalam CSR berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur dan mempengaruhi sebesar 62,1% terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur. Sedangkan, koefisien regresi berganda masing-masing variabel yaitu  $X_1 = 3,810$ ;  $X_2 = -3,544$ ;  $X_3 = 0,775$ ;  $X_4 = -2,303$ ;  $X_5 = 5,558$ ; dan  $X_6 = 0,126$ .

Berdasarkan perhitungan menggunakan SR dan SE, Dimensi Ekonomi dalam CSR memberikan SR sebesar 49,5% , Dimensi Lingkungan dalam CSR memberikan SR 23,7%, Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR memberikan SR sebesar 6,0%, Dimensi HAM dalam CSR sebesar 6,0%, Dimensi Sosial dalam CSR sebesar 14,6% dan Dimensi Produk dalam CSR sebesar 0,2%. Sedangkan, SE Dimensi Ekonomi dalam CSR sebesar 30,8%, SE Dimensi Lingkungan dalam CSR sebesar 14,7%, SE Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR sebesar 3,7%, SE Dimensi HAM dalam CSR sebesar 3,%, SE Dimensi Sosial dalam CSR sebesar 9,1%, dan SE Produk dalam CSR sebesar 0,1%, Secara simultan variabel Dimensi Ekonomi, Lingkungan, Tenaga Kerja, HAM, Sosial dan Produk dalam CSR memberikan SE total sebesar 62.1% terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur dan sisanya 37,9% (100-62,1) diberikan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Nilai perusahaan manufaktur akan meningkat jika semakin banyak Dimensi Ekonomi, Lingkungan, Tenaga Kerja, HAM, Sosial dan Produk

dalam CSR yang diungkapkan dalam perusahaan, karena investor akan tertarik untuk menanamkan sahamnya kepada perusahaan yang menerapkan CSR. Sebaliknya, nilai perusahaan manufaktur akan menurun jika perusahaan belum menerapkan Dimensi Ekonomi, Lingkungan, Tenaga Kerja, HAM, Sosial dan Produk dalam CSR sepenuhnya.

#### **D. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini telah diusahakan untuk dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun demikian masih memiliki keterbatasan yaitu :

1. Penelitian ini hanya menggunakan CSR sebagai variabel bebas dalam pengaruhnya terhadap nilai perusahaan.
2. Periode pengamatan hanya dua tahun, sehingga belum menggambarkan hasil dalam jangka panjang.
3. Informasi yang digunakan dalam penelitian terbatas pada informasi dalam laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan.
4. Tidak semua perusahaan mengungkapkan data mengenai tanggung jawab sosial perusahaan yang meliputi kinerja ekonomi, lingkungan, HAM, sosial, dan produk.
5. Temuan dari penelitian membuktikan bahwa selain Dimensi Ekonomi, Lingkungan, Tenaga Kerja, HAM, Sosial dan Produk dalam CSR terdapat faktor-faktor lain yang memengaruhi Nilai Perusahaan Manufaktur.

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan dan analisis data yang telah dilakukan oleh peneliti terkait pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013 dan 2014) maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Dimensi Ekonomi dalam CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Nilai Perusahaan. Hal tersebut ditunjukkan dengan koefisien korelasi ( $r$ ) sebesar 0,583 dan nilai  $r^2$  sebesar 0,340,  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $7,249 > 1,659$ ) dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  yang berarti signifikan, serta persamaan regresi linier sederhana  $Y = -0,416 + 4,213X_1$ . Besarnya sumbangan efektif (SE) atau kontribusi variabel Dimensi Ekonomi dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur 34%.
2. Dimensi Lingkungan dalam CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Nilai Perusahaan. Hal tersebut ditunjukkan dengan koefisien korelasi ( $r$ ) sebesar 0,339 dan nilai  $r^2$  sebesar 0,115,  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $3,683 > 1,659$ ) dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  yang berarti signifikan, serta persamaan regresi linier sederhana  $Y = 0,109 + 2,765X_2$ . Besarnya sumbangan efektif (SE) atau kontribusi variabel Dimensi Lingkungan dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur 11,5%.
3. Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Nilai Perusahaan. Hal tersebut ditunjukkan dengan koefisien korelasi ( $r$ ) sebesar 0,381 dan nilai  $r^2$  sebesar 0,146,  $t$  hitung  $>$

4. ttabel ( $4,168 > 1,659$ ) dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  yang berarti signifikan, serta persamaan regresi linier sederhana  $Y = -0,558 + 3,030X_3$ . Besarnya sumbangan efektif (SE) atau kontribusi variabel Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur 14,6%.
5. Dimensi HAM dalam CSR berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap variabel Nilai Perusahaan. Hal tersebut ditunjukkan dengan koefisien korelasi (r) sebesar 0,159 dan nilai  $r^2$  sebesar 0,025, t hitung  $1,632 < t$  tabel 1,659) dan nilai signifikansi  $0,106 > 0,05$  yang berarti tidak signifikan, serta persamaan regresi linier sederhana  $Y = 0,604 + 1,560X_4$ .
6. Dimensi Sosial dalam CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Nilai Perusahaan. Hal tersebut ditunjukkan dengan koefisien korelasi (r) sebesar 0,708 dan nilai  $r^2$  sebesar 0,501, t hitung  $> t$  tabel ( $10,117 > 1,659$ ) dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  yang berarti signifikan, serta persamaan regresi linier sederhana  $Y = -0,788 + 6,030X_5$ . Besarnya sumbangan efektif (SE) atau kontribusi variabel Dimensi Ekonomi dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur 50,1%.
7. Dimensi Produk dalam CSR berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap variabel Nilai Perusahaan. Hal tersebut ditunjukkan dengan koefisien korelasi (r) sebesar 0,050 dan nilai  $r^2$  sebesar 0,003, t hitung  $0,510 < t$  tabel 1,659) dan nilai signifikansi  $0,611 > 0,05$  yang berarti tidak signifikan, serta persamaan regresi linier sederhana  $Y = 1,278 - 0,312X_6$ .
8. Dimensi Ekonomi, Lingkungan, Tenaga Kerja, HAM, Sosial dan Produk dalam CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Nilai Perusahaan. Hal tersebut ditunjukkan dengan koefisien korelasi



sebesar 0,788 dan koefisien determinasi *Adjusted R Square* sebesar 0,621. Uji F diperoleh nilai Fhitung sebesar 26,444 lebih besar dari Ftabel yaitu 3,700. Selain itu, signifikansi lebih kecil dari pada *level of significant* ( $0,000 < 0,050$ ). Secara simultan variabel Dimensi Ekonomi, Lingkungan, Tenaga Kerja, HAM, Sosial dan Produk dalam CSR memberikan SE total sebesar 62.1% terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur dan sisanya 37,9% ( $100-62,1$ ) diberikan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian serta hal-hal yang terkait dengan keterbatasan penelitian ini, maka dapat diberikan saran-saran sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan Manufaktur
  - a. Sebaiknya semua perusahaan membuat laporan keberlanjutan perusahaan (*sustainability reporting*) untuk memudahkan pengungkapan tanggung jawab sosial.
  - b. Masih terdapat beberapa perusahaan yang pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) kurang dari 50% sehingga harus ditingkatkan dengan cara melaporkan item-item CSR yang berjumlah 79 item, sehingga dengan index CSR yang lebih tinggi diharapkan nilai perusahaan menjadi lebih tinggi lagi.
2. Bagi Investor dan Calon Investor dalam mengambil keputusan untuk berinvestasi ataupun untuk memberikan pinjaman kepada perusahaan hendaknya memperhatikan informasi dalam laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan yang mencerminkan nilai perusahaan tersebut.

### 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan variabel lain sebagai variabel moderating hubungan CSR dan nilai perusahaan, misalnya : leverage, size perusahaan, dan lain - lain.
- b. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan perusahaan dengan sampel yang lebih banyak dan tahun pengamatan yang lebih lama.
- c. Penelitian selanjutnya harus mengkonfirmasi ada atau tidaknya data pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan melalui BEI atau perusahaan yang bersangkutan, misalnya melalui website perusahaan.
- d. Penelitian selanjutnya bisa dengan membandingkan keluasam pengungkapan CSR antara perusahaan di Indonesia dengan negara lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. (2013). *Statistika Deskriptif Plus: untuk Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- \_\_\_\_\_.(2013). *Analisis Regresi: Teori, Kasus dan Solusi Edisi 2*. Yogyakarta: BPFE.
- Ardimas, Wahyu dan Wardoyo. (2014). Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Pada Bank Go Public Yang Terdaftar Di BEI. *Benefit Jurnal Manajemen dan Bisnis Volume 18, Nomor 1, Juni*, hlm. 57 – 66.
- Breadsell, Julie. (2008). The Influence of CSR Disclosure on Corporate Governance and Company Performance. 2008. ISSN: 1662-761x.
- Brigham, Eugene F and Joel F.Houston, (2006). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*, alih bahasa Ali Akbar Yulianto, Buku satu, Edisi sepuluh, PT. Salemba Empat, Jakarta.
- Bhuono Agung Nugroho. (2005). *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Carol. (1992), *Home Environment*, Plenum Press, New York and London.
- Chahal, H. & Sharma, R.D. (2006). Implications of corporate social responsibility on marketing performance : A conceptual framework. *Journal of Services Research*, 6 (1) April 2006 – September 2006.
- Devina Florence. (2004). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial Dalam Laporan Tahunan Perusahaan Go Publik Di Indonesia. *Tesis*. Universitas Diponegoro.
- Felicia Lindrawati dan Budianto. (2008). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan yang terdaftar sebagai 100 best corporate citizens oleh KLD Research and analytics. *Majalah Ekonomi*. Tahun XVIII, No. 1 April : 66-83.
- Fr Reni Retno Anggraini. (2006). Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang terdaftar Bursa Efek Jakarta). *Simposium Nasional Akuntansi 9*, Padang.
- Global Reporting Initiative.[www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)
- Hadianto. (2013). Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan CSR dan GCG Sebagai Variabel Pemoderasi. *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang.

- Heru Satyanugraha. (2007). *Etika Bisnis: Prinsip dan Aplikasi*. Jakarta: LPFE.
- Imam Ghozali. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Jonathan Sarwono. (2009). *Statistik itu Mudah: Panduan Lengkap untuk Belajar Komputasi Statistik menggunakan SPSS 16*. Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Kotler, Philip dan Nancy Lee. (2005). *Corporate Social Responsibility; Doing the Most Good you're your Company and Your Cause*. New Jersey; JohnWiley& Sons, Inc.
- Kuntari dan Sulistyani. (2007). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan Indeks Letter Quality (LQ 45) Tahun 2005. *ASET Volume 9 Nomor 2 (Agustus)*: 494-515.
- Lely Dahlia dan Sylvia Veronica Siregar. (2008). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi XI Pontianak*.
- Malayu Hasibuan. (2006). *Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah, Edisi Revisi*, Bumi Aksara: Jakarta.
- Malla Bahagia. (2008). Analisis Struktur Kepemilikan, Kebijakan Dividen dan Kebijakan Hutang Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pendekatan Structural Equation Modeling (SEM), Jakarta: UIN Syarifhidayatullah.
- Meilikhah. (2014). *Kasus Pencemaran Lingkungan*. Diakses pada 13 September 2016, dari <https://andasiallagan92.wordpress.com/2015/04/01/kasus-pencemaran-lingkungan/>
- Melani. (2014). *5 Saham yang Harganya Jungkir Balik*. Diakses pada 13 September 2016 pukul 10.06 WIB, dari <http://m.liputan6.com/bisnis/read/2062334/5-saham-yang-jungkir-balik>
- Ni Wayan Rustiarini. (2010). Pengaruh Corporate Governance pada Hubungan Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi XIII Purwokerto*, Surakarta.
- Pflieger, J., et al. (2005). The Contribution of Life Cycle Assessment to Global Sustainability Reporting of Organization. *Management of Environmental Quality: An International Journal ISSN: 1477-7835*
- Purwanto. (2012). *Statistika Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*. Jakarta: Salemba Empat.

- R Hendri Gusaptono, (2010). Faktor-Faktor Yang Mendorong Penciptaan Nilai Perusahaan Di BEI. *Buletin Ekonomi Vol. 8, No. 2, Agustus 2010 hal 70-170*. Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta.
- Rika Nurlela dan Islahuddin. (2006). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel Moderating, *Simposium Nasional Akuntansi XI*, Pontianak.
- Rimba Kusumadilaga. (2010). Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *Skripsi*, Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro.
- Saleh. (2010). Corporate social responsibility disclosure and its relation in institutional ownership: Evidence from public listed companies in Malaysia. *Manajerial Auditing Journal*. Vol.125 No.6: 591-613.
- Schadewitz, Hannu dan Mikael Niskala. (2010). Communication Via Responsibility Reporting and It's Effect on Firm Value in Finland. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. Corp. 17: 96 106.
- Sawidji Widiatmojo. (2009). *Pasar Modal Indonesia: Pengantar dan Studi Kasus*. Ghalia Indonesia, Bogor.
- Siddharta Utama. (2003). *Corporate Governance, Disclosure and its Evidence in Indonesia*. Usahawan No.04 th XXXII.
- Siti Rahayu. (2010). Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance sebagai Variabel Pemoderasi. *Skripsi*, Fakultas Ekonomi UNDIP.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. CV. Alfabeta: Bandung.
- \_\_\_\_\_. (2012). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Suhartati et al., 2011. Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Dan Praktik Tata Kelola Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Vol 10, No. 2, Desember 2011 : 95-105.
- Suruji dan Sanda. (2008). Ketika krisis dan bursa global berjatuh. Kompas, Selasa 25 November.
- Sutopoyudo. (2009). Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas Perusahaan. Diakses pada 13 September 2016 pukul 09.35 WIB, pada <http://sutopoyudo.wordpress.com/2009/21/pengaruh-penerapan-corporate-social-responsibility-csr-terhadap-profitabilitas-perusahaan/>.

- Sutrisno Hadi. (2004). *Metodologi Research Jilid 3*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tobin's, James. (1969). A General Equilibrium Approach to Monetary Theory. *Journal of Money, Credit and Banking (February)*, 12-29.
- Undang-Undang RI No. 32 tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup pada pasal 67.
- Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal.
- Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.
- Undang- Undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup (UUPLH) Pasal 41 ayat (1).
- Untung Wahyudi. Implikasi Struktur Kepemilikan Terhadap Nilai Perusahaan : Dengan Keputusan Keuangan Sebagai Variabel Intervening. *Simposium Nasional Akuntansi IX*. Padang 23-26 Agustus.
- Wien Ika Permanasari. 2010. Pengaruh Kepemilikan Manajemen, Kepemilikan Institusional dan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan. Skripsi, Universitas Diponegoro: Semarang.
- Williams, Chuck. (2011). *Management*. Ohio : South-Western, Cengage Learning.
- Yusuf Wibisono. (2007). *Membedah Konsep & Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)*, Gresik : Fascho Publishing.

# LAMPIRAN

**Lampiran 1. Daftar Populasi Tahun 2013**

No	Nama Perusahaan	Kode Perusahaan
<b>Sektor industri dasar dan kimia</b>		
<b>Sub Sektor Semen</b>		
1	Indocement Tunggul Prakasa Tbk	INTP
2	Semen Baturaja Persero Tbk	SMBR
3	Holcim Indonesia Tbk	SMCB
4	Semen Gresik Tbk	SMGR
<b>Sub sektor Keramik, porselen &amp; kaca</b>		
5	Asahimas Flat Glass Tbk	AMFG
6	Arwana Citra Mulia Tbk	ARNA
7	Inti Keramik Alam Asri Industri Tbk	IKAI
8	Keramika Indonesia Assosiasi Tbk	KIAS
9	Mulia Industrindo Tbk	MLIA
10	Surya Toto Indonesia Tbk	TOTO
<b>Sub sektor Logam &amp; sejenisnya</b>		
11	Alaska Industrindo Tbk	ALKA
12	Alumindo Light Metal Industry Tbk	ALMI
13	Beton Jaya Manunggal Tbk	BTON
14	Citra Turbindo Tbk	CTBN
15	Gunawan Dianjaya Steel Tbk	GDST
16	Indal Aluminium Industry Tbk	INAI
17	Steel Pipe Industry of Indonesia Tbk	ISSP
18	Itamaraya Tbk	ITMA
19	Jakarta Kyoei Steel Work LTD Tbk	JKSW
20	Jaya Pari Steel Tbk	JPRS
21	Krakatau Steel Tbk	KRAS
22	Lion Metal Works Tbk	LION
23	Lionmesh Prima Tbk	LMSH
24	Hanson International Tbk	MYRX
25	Pelat Timah Nusantara Tbk	NIKL
26	Pelangi Indah Canindo Tbk	PICO
27	Tembaga Mulia Semanan Tbk	TBMS
<b>Sub sektor Kimia</b>		
28	Barito Pasific Tbk	BRPT
29	Budi Acid Jaya Tbk	BUDI
30	Duta Pertiwi Nusantara	DPNS
31	Ekadharma International Tbk	EKAD
32	Eterindo Wahanatama Tbk	ETWA
33	Intan Wijaya International Tbk	INCI
34	Sorini Agro Asia Corporindo Tbk	SOBI
35	Indo Acitama Tbk	SRSN
36	Chandra Asri Petrochemical Tbk	TPIA
37	Unggul Indah Cahaya Tbk	UNIC



No	Nama Perusahaan	Kode Perusahaan
<b>Sub sektor Plastik &amp; Kemasan</b>		
38	Alam Karya Unggul Tbk	AKKU
39	Argha Karya Prima Industry Tbk	AKPI
40	Asiaplast Industries Tbk	APLI
41	Berlina Tbk	BRNA
42	Titan Kimia Nusantara Tbk	FPNI
43	Champion Pasific Indonesia Tbk	IGAR
44	Indopoly Swakarsa Industry Tbk	IPOL
45	Sekawan Intipratama Tbk	SIAP
46	Siwani Makmur Tbk	SIMA
47	Trias Sentosa Tbk	TRST
48	Yana Prima Hasta Persada Tbk	YPAS
<b>Sub sektor Pakan Ternak</b>		
49	Charoen Pokphand Indonesia Tbk	CPIN
50	Japfa Comfeed Indonesia Tbk	JPFA
51	Malindo Feedmill Tbk	MAIN
52	Siearad Produce Tbk	SIPD
<b>Sub sektor Kayu &amp; Pengolahannya</b>		
53	Sumalindo Lestari Jaya Tbk	SULI
54	Tirta Mahakam Resources Tbk	TIRT
<b>Sub sektor Pulp &amp; Kertas</b>		
55	Alkindo Naratama Tbk	ALDO
56	Fajar Surya Wisesa Tbk	FASW
57	Indah Kiat Pulp & paper Tbk	INKP
58	Toba Pulp Lestari Tbk	INRU
59	Kertas Basuki Rachmat Indonesia Tbk	KBRI
60	Suparma Tbk	SPMA
61	Pabrik Kertas Tjiwi Kimia Tbk	TKIM
<b>Sektor aneka industri</b>		
<b>Mesin dan alat berat</b>		
62	Grand Kartech Tbk	KRAH
<b>Otomotif &amp; Komponen</b>		
63	Astra International Tbk	ASII
64	Astra Auto Part Tbk	AUTO
65	Indo Kordsa Tbk	BRAM
66	Goodyear Indonesia Tbk	GDYR
67	Gajah Tunggal Tbk	GJTL
68	Indomobil Sukses International Tbk	IMAS
69	Indospring Tbk	INDS
70	Multi Prima Sejahtera Tbk	LPIN
71	Multistrada Arah Sarana Tbk	MASA
72	Nippres Tbk	NIPS
73	Prima alloy steel Universal Tbk	PRAS
74	Selamat Sempurna Tbk	SMSM

No	Nama Perusahaan	Kode Perusahaan
<b>Tekstil &amp; Garment</b>		
75	Polychem Indonesia Tbk	ADMG
76	Argo Pantes Tbk	ARGO
77	Asuransi Harta Aman Pratama Tbk	CNBT
78	Centex Tbk	CNTX
79	Eratex Djaya Tbk	ERTX
80	Ever Shine Textile Industry Tbk	ESTI
81	Pan Asia Indosyntec Tbk	HDTX
82	Indo Rama Synthetic Tbk	INDR
83	Karwell Indonesia Tbk	KARW
84	Apac Citra Centertex Tbk	MYTX
85	Pan Brothers Tbk	PBRX
86	Asia Pasific Fibers Tbk	POLY
87	Ricky Putra Globalindo Tbk	RICY
88	Sri Rejeki Isman Tbk	SRIL
89	Sunson Textile Manufacturer Tbk	SSTM
90	Trisula International Tbk	TRIS
91	Nusantara Inti Corpora Tbk	UNIT
92	Unitex Tbk	UNTX
<b>Alas kaki</b>		
93	Primarindo Asia Infrastructure Tbk	BIMA
<b>Kabel</b>		
94	Sumi Indo Kabel Tbk	IKBI
95	Jembo Cable Company Tbk	JECC
96	KMI Wire and Cable Tbk	KBLI
97	Kabelindo Murni Tbk	KBLM
98	Supreme Cable Manufacturing and Commerce Tbk	SCCO
99	Voksel Electric Tbk	VOKS
<b>Elektronika</b>		
100	Sat Nusa Persada Tbk	PTSN
<b>Sektor industri barang konsumsi</b>		
<b>Makanan &amp; Minuman</b>		
101	Akasha Wira International Tbk	ADES
102	Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk	AISA
103	Cahaya Kalbar Tbk	CEKA
104	Davomas Abadi Tbk	DAVO
105	Delta Djakarta Tbk	DLTA
106	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	ICBP
107	Indofood Sukses Makmur Tbk	INDF
108	Multi Bintang Indonesia Tbk	MLBI
109	Mayora Indah Tbk	MYOR
110	Prashida Aneka Niaga Tbk	PSDN
111	Nippon Indosari Corporindo Tbk	ROTI
112	Sekar Laut Tbk	SKLT

No	Nama Perusahaan	Kode Perusahaan
113	Siantar Top Tbk	STTP
114	Tri Banyan Tirta Tbk	ALTO
115	Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk	ULTJ
<b>Rokok</b>		
116	Gudang Garam Tbk	GGRM
117	Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk	HMSP
118	Bentoel International Investama Tbk	RMBA
119	Wismilak Inti Makmur Tbk	WIIM
<b>Farmasi</b>		
120	Darya Varia Laboratoria Tbk	DVLA
121	Indofarma Tbk	INAF
122	Kimia Farma Tbk	KAEF
123	Kalbe Farma Tbk	KLBF
124	Merck Tbk	MERK
125	Pyridam Farma Tbk	PYFA
126	Schering Plough Indonesia Tbk	SCPI
127	Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk	SIDO
128	Taisho Pharmaceutical Indonesia Tbk	SQBI
129	Tempo Scan Pasific Tbk	TSPC
<b>Kosmetik &amp; Barang keperluan rumah tangga</b>		
130	Martina Berto Tbk	MBTO
131	Mustika Ratu Tbk	MRAT
132	Mandom Indonesia Tbk	TCID
133	Unilever Indonesia Tbk	UNVR
<b>Peralatan rumah tangga</b>		
134	Kedawung Setia Industrial Tbk	KDSI
135	Kedaung Indag Can Tbk	KICI
136	Langgeng Makmur Industry Tbk	LMPI

Sumber : [www.sahamok.com/emiten/sektor-manufaktur](http://www.sahamok.com/emiten/sektor-manufaktur)

**Lampiran 2. Daftar Populasi Tahun 2014**

No	Nama Perusahaan	Kode Perusahaan
<b>Sektor industri dasar dan kimia</b>		
<b>Sub Sektor Semen</b>		
1	Indocement Tunggal Prakasa Tbk	INTP
2	Semen Baturaja Persero Tbk	SMBR
3	Holcim Indonesia Tbk	SMCB
4	Semen Gresik Tbk	SMGR
5	Wijaya Karya Beton Tbk	WTON
<b>Sub sektor Keramik, porselen &amp; kaca</b>		
6	Asahimas Flat Glass Tbk	AMFG
7	Arwana Citra Mulia Tbk	ARNA
8	Inti Keramik Alam Asri Industri Tbk	IKAI
9	Keramika Indonesia Assosiasi Tbk	KIAS
10	Mulia Industrindo Tbk	MLIA
11	Surya Toto Indonesia Tbk	TOTO
<b>Sub sektor Logam &amp; sejenisnya</b>		
12	Alaska Industrindo Tbk	ALKA
13	Alumindo Light Metal Industry Tbk	ALMI
14	Beton Jaya Manunggal Tbk	BTON
15	Citra Turbindo Tbk	CTBN
16	Gunawan Dianjaya Steel Tbk	GDST
17	Indal Aluminium Industry Tbk	INAI
18	Steel Pipe Industry of Indonesia Tbk	ISSP
19	Itamaraya Tbk	ITMA
20	Jakarta Kyoei Steel Work LTD Tbk	JKSW
21	Jaya Pari Steel Tbk	JPRS
22	Krakatau Steel Tbk	KRAS
23	Lion Metal Works Tbk	LION
24	Lionmesh Prima Tbk	LMSH
25	Hanson International Tbk	MYRX
26	Pelat Timah Nusantara Tbk	NIKL
27	Pelangi Indah Canindo Tbk	PICO
28	Tembaga Mulia Semanan Tbk	TBMS
<b>Sub sektor Kimia</b>		
29	Barito Pasific Tbk	BRPT
30	Budi Acid Jaya Tbk	BUDI
31	Duta Pertiwi Nusantara	DPNS
32	Ekadharna International Tbk	EKAD
33	Eterindo Wahanatama Tbk	ETWA
34	Intan Wijaya International Tbk	INCI
35	Sorini Agro Asia Corporindo Tbk	SOBI
36	Indo Acitama Tbk	SRSN
37	Chandra Asri Petrochemical Tbk	TPIA
38	Unggul Indah Cahaya Tbk	UNIC

No	Nama Perusahaan	Kode Perusahaan
<b>Sub sektor Plastik &amp; Kemasan</b>		
39	Alam Karya Unggul Tbk	AKKU
40	Argha Karya Prima Industry Tbk	AKPI
41	Asiaplast Industries Tbk	APLI
42	Berlina Tbk	BRNA
43	Titan Kimia Nusantara Tbk	FPNI
44	Champion Pasific Indonesia Tbk	IGAR
45	Impack Pratama Industri Tbk	IMPC
46	Indopoly Swakarsa Industry Tbk	IPOL
47	Sekawan Intipratama Tbk	SIAP
48	Siwani Makmur Tbk	SIMA
49	Trias Sentosa Tbk	TRST
50	Yana Prima Hasta Persada Tbk	YPAS
<b>Sub sektor Pakan Ternak</b>		
51	Charoen Pokphand Indonesia Tbk	CPIN
52	Japfa Comfeed Indonesia Tbk	JPFA
53	Malindo Feedmill Tbk	MAIN
54	Siearad Produce Tbk	SIPD
<b>Sub sektor Kayu &amp; Pengolahannya</b>		
55	Sumalindo Lestari Jaya Tbk	SULI
56	Tirta Mahakam Resources Tbk	TIRT
<b>Sub sektor Pulp &amp; Kertas</b>		
57	Alkindo Naratama Tbk	ALDO
58	Dwi Aneka Jaya Kemasindo Tbk	DAJK
59	Fajar Surya Wisesa Tbk	FASW
60	Indah Kiat Pulp & paper Tbk	INKP
61	Toba Pulp Lestari Tbk	INRU
62	Kertas Basuki Rachmat Indonesia Tbk	KBRI
63	Suparma Tbk	SPMA
64	Pabrik Kertas Tjiwi Kimia Tbk	TKIM
<b>Sektor aneka industri</b>		
<b>Mesin dan alat berat</b>		
65	Grand Kartech Tbk	KRAH
<b>Otomotif &amp; Komponen</b>		
66	Astra International Tbk	ASII
67	Astra Auto Part Tbk	AUTO
68	Indo Kordsa Tbk	BRAM
69	Goodyear Indonesia Tbk	GDYR
70	Gajah Tunggal Tbk	GJTL
71	Indomobil Sukses International Tbk	IMAS
72	Indospring Tbk	INDS
73	Multi Prima Sejahtera Tbk	LPIN
74	Multistrada Arah Sarana Tbk	MASA
75	Nippres Tbk	NIPS

No	Nama Perusahaan	Kode Perusahaan
76	Prima alloy steel Universal Tbk	PRAS
77	Selamat Sempurna Tbk	SMSM
<b>Tekstil &amp; Garment</b>		
78	Polychem Indonesia Tbk	ADMG
79	Argo Pantes Tbk	ARGO
80	Centex Tbk	CNTX
81	Eratex Djaya Tbk	ERTX
82	Ever Shine Textile Industry Tbk	ESTI
83	Pan Asia Indosyntec Tbk	HDTX
84	Indo Rama Synthetic Tbk	INDR
85	Karwell Indonesia Tbk	KARW
86	Apac Citra Centertex Tbk	MYTX
87	Pan Brothers Tbk	PBRX
88	Asia Pasific Fibers Tbk	POLY
89	Ricky Putra Globalindo Tbk	RICY
90	Sri Rejeki Isman Tbk	SRIL
91	Sunson Textile Manufacturer Tbk	SSTM
92	Trisula International Tbk	TRIS
93	Nusantara Inti Corpora Tbk	UNIT
94	Unitex Tbk	UNTX
<b>Alas kaki</b>		
95	Sepatu Bata Tbk	BATA
96	Primarindo Asia Infrastructure Tbk	BIMA
<b>Kabel</b>		
97	Sumi Indo Kabel Tbk	IKBI
98	Jembo Cable Company Tbk	JECC
99	KMI Wire and Cable Tbk	KBLI
100	Kabelindo Murni Tbk	KBLM
101	Supreme Cable Manufacturing and Commerce Tbk	SCCO
102	Voksel Electric Tbk	VOKS
<b>Elektronika</b>		
103	Sat Nusa Persada Tbk	PTSN
<b>Sektor industri barang konsumsi</b>		
<b>Makanan &amp; Minuman</b>		
104	Akasha Wira International Tbk	ADES
105	Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk	AISA
106	Tri Banyan Tirta Tbk	ALTO
107	Cahaya Kalbar Tbk	CEKA
108	Davomas Abadi Tbk	DAVO
109	Delta Djakarta Tbk	DLTA
110	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	ICBP
111	Indofood Sukses Makmur Tbk	INDF
112	Multi Bintang Indonesia Tbk	MLBI
113	Mayora Indah Tbk	MYOR

No	Nama Perusahaan	Kode Perusahaan
114	Prashida Aneka Niaga Tbk	PSDN
115	Nippon Indosari Corporindo Tbk	ROTI
116	Sekar Bumi Tbk	SKBM
117	Sekar Laut Tbk	SKLT
118	Siantar Top Tbk	STTP
119	Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk	ULTJ
<b>Rokok</b>		
120	Gudang Garam Tbk	GGRM
121	Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk	HMSP
122	Bentoel International Investama Tbk	RMBA
123	Wismilak Inti Makmur Tbk	WIIM
<b>Farmasi</b>		
124	Darya Varia Laboratoria Tbk	DVLA
125	Indofarma Tbk	INAF
126	Kimia Farma Tbk	KAEF
127	Kalbe Farma Tbk	KLBF
128	Merck Tbk	MERK
129	Pyridam Farma Tbk	PYFA
130	Schering Plough Indonesia Tbk	SCPI
131	Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk	SIDO
132	Taisho Pharmaceutical Indonesia Tbk	SQBI
133	Tempo Scan Pasific Tbk	TSPC
<b>Kosmetik &amp; Barang keperluan rumah tangga</b>		
134	Martina Berto Tbk	MBTO
135	Mustika Ratu Tbk	MRAT
136	Mandom Indonesia Tbk	TCID
137	Unilever Indonesia Tbk	UNVR
<b>Peralatan rumah tangga</b>		
138	Chitose Internasional Tbk	CINT
139	Kedawung Setia Industrial Tbk	KDSI
140	Kedaung Indag Can Tbk	KICI
141	Langgeng Makmur Industry Tbk	LMPI

Sumber : [www.sahamok.com/emiten/sektor-manufaktur](http://www.sahamok.com/emiten/sektor-manufaktur)

### Lampiran 3. Daftar Sampel

No	Nama Perusahaan	Kode Perusahaan
1	Indocement Tunggul Prakasa Tbk	INTP
2	Holcim Indonesia Tbk	SMCB
3	Semen Gresik Tbk	SMGR
4	Asahimas Flat Glass Tbk	AMFG
5	Mulia Industrindo Tbk	MLIA
6	Alaska Industrindo Tbk	ALKA
7	Beton Jaya Manunggal Tbk	BTON
8	Citra Turbindo Tbk	CTBN
9	Gunawan Dianjaya Steel Tbk	GDST
10	Lionmesh Prima Tbk	LMSH
11	Pelat Timah Nusantara Tbk	NIKL
12	Budi Acid Jaya Tbk	BUDI
13	Duta Pertiwi Nusantara Tbk	DPNS
14	Ekadharna International Tbk	EKAD
15	Eterindo Wahanatama Tbk	ETWA
16	Intan Wijaya International Tbk	INCI
17	Sorini Agro Asia Corporindo Tbk	SOBI
18	Berlina Tbk	BRNA
19	Champion Pasific Indonesia Tbk	IGAR
20	Sekawan Intipratama Tbk	SIAP
21	Trias Sentosa Tbk	TRST
22	Yana Prima Hasta Persada Tbk	YPAS
23	Charoen Pokphand Indonesia Tbk	CPIN
24	Malindo Feedmill Tbk	MAIN
25	Siearad Produce Tbk	SIPD
26	Tirta Mahakam Resources Tbk	TIRT
27	Alkindo Naratama Tbk	ALDO
28	Kertas Basuki Rachmat Indonesia Tbk	KBRI
29	Fajar Surya Wisesa Tbk	FASW
30	Astra International Tbk	ASII
31	Gajah Tunggul Tbk	GJTL
32	Indomobil Sukses International Tbk	IMAS
33	Prima alloy steel Universal Tbk	PRAS
34	Pan Brothers Tbk	PBRX
35	Ricky Putra Globalindo Tbk	RICY
36	Sunson Textile Manufacturer Tbk	SSTM
37	KMI Wire and Cable Tbk	KBLI
38	Jembo Cable Company Tbk	JECC
39	Kabelindo Murni Tbk	KBLM
40	Supreme Cable Manufacturing and Commerce Tbk	SCCO
41	Voksel Electric Tbk	VOKS
42	Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk	AISA
43	Delta Djakarta Tbk	DLTA



<b>No</b>	<b>Nama Perusahaan</b>	<b>Kode Perusahaan</b>
44	Multi Bintang Indonesia Tbk	MLBI
45	Mayora Indah Tbk	MYOR
46	Gudang Garam Tbk	GGRM
47	Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk	HMSP
48	Darya Varia Laboratoria Tbk	DVLA
49	Indofarma Tbk	INAF
50	Kimia Farma Tbk	KAEF
51	Mandom Indonesia Tbk	TCID
52	Unilever Indonesia Tbk	UNVR

## Lampiran 4. Data Nilai Perusahaan tahun 2013

No	Kode Emiten	Closing Price	Total Aset	Total Utang	Jumlah Saham Beredar	Tobin's Q
1	INTP	20.000	26.607.000.000.000	3.630.000.000.000	3.681.231.699	2,554970
2	SMCB	2.275	14.377.383.000.000	5.501.374.000.000	7.662.900.000	1,153718
3	SMGR	14.150	30.792.884.000.000	8.988.908.000.000	5.931.520.000	2,335740
4	AMFG	7.000	3.539.393.000.000	778.666.000.000	434.000.000	0,883885
5	MLIA	425	7.189.899.000.000	5.999.787.000.000	1.323.000.000	0,497515
6	ALKA	600	241.912.807.649	182.253.666.837	101.533.011	0,573297
7	BTON	550	176.136.296.407	37.318.882.613	180.000.000	0,638630
8	CTBN	4.500	274.151.287.000.000	123.248.227.000.000	800.371.500	0,319200
9	GDST	86	1.191.496.619.152	307.084.100.134	8.200.000.000	0,675495
10	LMSH	8.000	141.698.000.000	31.230.000.000	9.600.000	0,624711
11	NIKL	164	124.420.000.000	81.484.000.000	252.335.000	0,596720
12	BUDI	109	2.382.900.000.000	1.497.800.000.000	4.098.997.362	0,501093
13	DPNS	470	256.372.669.050	32.944.704.261	331.129.952	0,651796
14	EKAD	390	343.601.504.089	105.893.942.734	698.775.000	0,841869
15	ETWA	365	1.291.711.270.379	846.050.835.530	968.297.000	0,561091
16	INCI	240	136.142.063.219	10.050.376.983	181.035.556	0,365949
17	SOBI	1.850	1.568.167.000.000	570.921.000.000	925.211.250	1,067072
18	BRNA	1.100	352.782.219.000.000	111.031.690	1.750.026.639	0,005457
19	IGAR	295	314.746.644.499	89.003.869.709	972.204.500	0,930783
20	SIAP	85	88.584.848.219	18.413.801.938	600.000.000	0,648735
21	TRST	250	3.260.919.505.192	1.551.242.364.818	2.808.000.000	0,468239
22	YPAS	660	613.878.797.683	443.067.408.288	668.000.089	0,836322
23	CPIN	3.375	15.722.197.000.000	5.771.297.000.000	16.398.000.000	2,843397
24	MAIN	3.175	2.214.399.000.000	1.351.916.000.000	1.695.000.000	1,888095
25	SIPD	50	3.155.680.394.480	1.870.560.118.674	9.391.108.493	0,465580
26	TIRT	52	723.177.125.785	664.163.283.789	1.011.774.750	0,516654
27	ALDO	660	301.479.000.000	161.596.000.000	550.000.000	1,132853
28	KBRI	50	788.749.190.752	95.512.957.713	8.687.995.734	0,599271
29	FASW	2.015	5.692.060.407.681	4.134.128.366.492	2.477.888.787	0,928852
30	ASII	6.800	213.994.000.000.000	107.806.000.000.000	40.483.553.140	1,190473
31	GJTL	1.680	15.350.754.000.000	9.626.411.000.000	3.484.800.000	0,619801
32	IMAS	4.900	22.315.022.507.630	15.655.152.396.933	2.765.278.412	0,769157
33	PRAS	185	795.630.000.000	389.182.000.000	701.043.478	0,437939
34	PBRX	357	233.842.506.000.000	134.785.200.000.000	3.084.902.672	0,368628
35	RICY	173	1.109.865.329.758	728.675.060.830	641.717.510	0,456717
36	SSTM	79	801.866.397.035	530.156.259.856	1.170.909.181	0,467453
37	KBLI	142	1.337.022.000.000	450.372.000.000	4.007.235.000	0,570327
38	JECC	2.850	1.239.800.000.000	1.092.200.000.000	151.200.000	0,653139
39	KBLM	158	654.296.256.935	384.632.097.122	1.120.000.000	0,540549
40	SCCO	4.400	1.762.032.000.000	1.054.421.000.000	205.583.000	0,695551
41	VOKS	740	1.116.100.028.814	1.271.486.319.731	831.120.519	0,790135

No	Kode Emiten	Closing Price	Total Aset	Total Utang	Jumlah Saham Beredar	Tobin's Q
42	AISA	1.430	5.020.824.000.000	2.664.051.000.000	2.926.000.000	0,891131
43	DLTA	380	867.041.000.000	190.483.000.000	16.013.181	0,185876
44	MLBI	12.000	1.782.148.000.000	794.615.000.000	21.070.000	0,406500
45	MYOR	26.000	9.710.223.000.000	5.816.323.000.000	894.347.989	1,872237
46	GGRM	42.000	50.770.251.000.000	21.353.980.000.000	1.924.088.000	1,416524
47	HMSP	6.240	27.404.594.000.000	13.249.559.000.000	4.383.000.000	0,998655
48	DVLA	2.200	1.190.054.288.000	275.351.336.000	1.120.000.000	1,869347
49	INAF	153	1.046.616.569.090	453.253.015.399	3.099.267.500	0,618348
50	KAEF	590	2.471.939.548.890	847.584.859.909	5.554.000.000	1,242481
51	TCID	11.900	1.465.952.460.752	282.961.770.795	201.066.667	1,529895
52	UNVR	26.000	12.631.381.000.000	8.448.784.000.000	7.630.000.000	9,811535

## Lampiran 5. Data Nilai Perusahaan tahun 2014

No	Kode Emiten	Closing Price	Total Aset	Total Utang	Jumlah Saham Beredar	Tobin's Q
1	INTP	25.000	28.884.973.000.000	4.100.172.000.000	3.681.231.699	2,914371
2	SMCB	2.185	17.195.352.000.000	7.724.166.000.000	7.662.900.000	0,981865
3	SMGR	16.200	16.323.940.000.000	9.312.214.000.000	5.931.520.000	4,111492
4	AMFG	8.050	3.918.391.000.000	733.749.000.000	434.000.000	0,908711
5	MLIA	525	7.215.152.320.000	5.893.580.221.000	1.323.000.000	0,502578
6	ALKA	900	244.879.397.000	181.643.493.000	101.533.011	0,640114
7	BTON	540	174.157.547.015	27.517.328.111	180.000.000	0,618408
8	CTBN	5.300	259.895.000.000.000	113.598.000.000.000	800.371.500	0,315508
9	GDST	103	1.354.622.569.945	484.174.854.654	8.200.000.000	0,722633
10	LMSH	6.450	139.915.598.255	23.964.388.443	9.600.000	0,524069
11	NIKL	134	121.419.000.000	85.733.000.000	252.335.000	0,577093
12	BUDI	107	2.477.000.000.000	1.563.600.000.000	4.098.997.362	0,495519
13	DPNS	353	268.877.322.944	32.794.800.672	331.129.952	0,496180
14	EKAD	515	411.348.790.570	138.149.558.606	698.775.000	0,906315
15	ETWA	260	1.331.049.053.223	1.029.096.728.617	968.297.000	0,542701
16	INCI	238	147.992.617.351	10.872.710.103	181.035.556	0,339654
17	SOBI	2.500	1.568.167.000.000	570.921.000.000	925.211.250	1,348214
18	BRNA	1.000	351.616.622.000.000	98.004.368	1.750.026.639	0,004977
19	IGAR	315	349.895.000.000	86.443.556.430	972.204.500	0,899962
20	SIAP	465	4.979.636.000.000	221.617.000.000	600.000.000	0,096249
21	TRST	380	3.156.598.612.889	1.106.178.061.301	2.808.000.000	0,509813
22	YPAS	500	320.494.592.961	158.615.180.283	668.000.089	1,028189
23	CPIN	3.780	20.862.439.000.000	9.919.150.000.000	16.398.000.000	2,335928
24	MAIN	2.130	3.531.219.000.000	2.453.335.000.000	1.791.000.000	1,047390
25	SIPD	53	2.800.914.553.878	1.513.908.338.484	9.391.108.493	0,466215
26	TIRT	86	713.714.873.924	631.560.510.887	1.011.774.750	0,534146
27	ALDO	735	356.814.000.000	197.392.000.000	550.000.000	1,085593
28	KBRI	50	1.299.315.036.743	622.269.749.157	8.687.995.734	0,549895
29	FASW	1.650	5.581.000.723.345	3.936.322.827.206	2.477.888.787	0,843182
30	ASII	7.425	236.029.000.000.000	115.705.000.000.000	40.483.553.140	1,183552
31	GJTL	1.425	16.042.897.000.000	10.059.605.000.000	3.484.800.000	0,575632
32	IMAS	4.000	23.471.397.834.920	16.744.375.200.010	2.765.278.412	0,691408
33	PRAS	204	1.286.828.000.000	1.165.905.000.000	701.043.478	0,533657
34	PBRX	505	366.494.477.000.000	161.868.202.000.000	6.478.295.611	0,312550
35	RICY	174	1.170.752.424.106	774.439.342.861	641.717.510	0,455533
36	SSTM	103	773.663.346.934	514.793.507.583	1.170.909.181	0,493146
37	KBLI	139	1.337.351.000.000	396.594.000.000	4.007.235.107	0,549960
38	JECC	2.350	1.062.500.000.000	891.100.000.000	151.200.000	0,638012
39	KBLM	155	647.249.655.440	356.961.782.298	1.120.000.000	0,528337
40	SCCO	3.950	1.656.007.000.000	342.615.000.000	205.583.000	0,577732
41	VOKS	795	644.011.815.658	993.755.184.135	831.120.519	1,010215
42	AISA	2.095	7.371.846.000.000	3.779.017.000.000	3.218.600.000	0,943603

<b>No</b>	<b>Kode Emiten</b>	<b>Closing Price</b>	<b>Total Aset</b>	<b>Total Utang</b>	<b>Jumlah Saham Beredar</b>	<b>Tobin's Q</b>
43	DLTA	390	991.947.134.000.000	227.473.881.000.000	16.013.181	0,186548
44	MLBI	11.950	2.231.051.000.000	1.677.254.000.000	21.070.000	0,493575
45	MYOR	20.900	10.291.108.000.000	6.190.553.000.000	894.347.989	1,509704
46	GGRM	60.700	58.220.600.000.000	24.991.880.000.000	1.924.088.000	1,703879
47	HMSP	6.865	28.380.630.000.000	14.882.516.000.000	4.383.000.000	1,039495
48	DVLA	1.690	1.236.247.525.000.000	273.816.042.000.000	1.115.925.300	0,182576
49	INAF	355	885.717.307.216	289.951.346.076	3.099.267.500	1,182469
50	KAEF	1.465	2.968.184.626.297	1.157.040.676.384	5.554.000.000	2,252883
51	TCID	17.525	1.853.235.343.636	569.730.901.368	201.066.667	1,689427
52	UNVR	32.300	14.207.799.000.000	9.681.874.000.000	7.630.000.000	10,721406

## Lampiran 6. Data Penelitian Variabel CSR

No	Kode	<i>Corporate Social Responsibility</i>					
		Kinerja Ekonomi		Kinerja Lingkungan		Kinerja Tenaga Kerja	
		2013	2014	2013	2014	2013	2014
1	INTP	0,8889	1,0000	0,9000	0,9333	1,0000	1,0000
2	SMCB	0,7778	0,7778	0,8333	0,8333	0,8571	0,8571
3	SMGR	0,5556	0,7778	0,8000	0,8000	0,7857	0,7143
4	AMFG	0,3333	0,3333	0,5000	0,5000	0,5000	0,5000
5	MLIA	0,4444	0,3333	0,2667	0,2667	0,5000	0,5000
6	ALKA	0,1111	0,1111	0,2000	0,2000	0,3571	0,3571
7	BTON	0,3333	0,3333	0,2667	0,2667	0,3571	0,3571
8	CTBN	0,2222	0,2222	0,3000	0,3000	0,5714	0,5000
9	GDST	0,2222	0,2222	0,4000	0,4000	0,7143	0,7143
10	LMSH	0,1111	0,1111	0,2667	0,3000	0,3571	0,4286
11	NIKL	0,3333	0,3333	0,1667	0,1667	0,2857	0,2857
12	BUDI	0,3333	0,3333	0,5333	0,5333	0,5714	0,5714
13	DPNS	0,5556	0,5556	0,5000	0,5000	0,7143	0,7857
14	EKAD	0,3333	0,3333	0,2000	0,2333	0,2857	0,3571
15	ETWA	0,2222	0,2222	0,3000	0,3333	0,2857	0,2857
16	INCI	0,2222	0,2222	0,2667	0,2667	0,3571	0,3571
17	SOBI	0,3333	0,3333	0,3000	0,3333	0,5000	0,5000
18	BRNA	0,2222	0,2222	0,4000	0,4000	0,6429	0,6429
19	IGAR	0,2222	0,2222	0,1667	0,1667	0,2857	0,3571
20	SIAP	0,4444	0,4444	0,4333	0,4333	0,6429	0,6429
21	TRST	0,2222	0,2222	0,1000	0,1333	0,4286	0,4286
22	YPAS	0,3333	0,3333	0,3000	0,3000	0,9286	0,9286
23	CPIN	0,4444	0,4444	0,3333	0,3333	0,6429	0,6429
24	MAIN	0,3333	0,3333	0,2000	0,2000	0,4286	0,4286
25	SIPD	0,2222	0,2222	0,3000	0,3000	0,4286	0,4286
26	TIRT	0,4444	0,4444	0,4333	0,4333	0,7143	0,7143
27	ALDO	0,4444	0,4444	0,3667	0,3667	0,4286	0,5000
28	KBRI	0,2222	0,2222	0,2333	0,2333	0,3571	0,3571
29	FASW	0,4444	0,4444	0,6000	0,6333	0,7143	0,7143
30	ASII	0,4444	0,4444	0,4000	0,4333	0,5714	0,5714
31	GJTL	0,3333	0,3333	0,1333	0,1667	0,6429	0,6429
32	IMAS	0,2222	0,2222	0,3333	0,3333	0,3571	0,5000
33	PRAS	0,1111	0,2222	0,1667	0,1667	0,2857	0,2857
34	PBRX	0,2222	0,2222	0,2333	0,2667	0,2143	0,2143
35	RICY	0,3333	0,3333	0,2000	0,3333	0,6429	0,6429
36	SSTM	0,1111	0,1111	0,1333	0,1000	0,3571	0,4286
37	KBLI	0,3333	0,3333	0,3333	0,3000	0,3571	0,3571
38	JECC	0,2222	0,2222	0,2667	0,2667	0,5000	0,5000
39	KBLM	0,2222	0,2222	0,2667	0,2667	0,5000	0,5000
40	SCCO	0,2222	0,2222	0,2667	0,2667	0,5714	0,5714
41	VOKS	0,5556	0,5556	0,5333	0,5667	0,6429	0,6429

No	Kode	<i>Corporate Social Responsibility</i>					
		Kinerja Ekonomi		Kinerja Lingkungan		Kinerja Tenaga Kerja	
		2013	2014	2013	2014	2013	2014
42	AISA	0,8889	0,8889	0,6000	0,6333	0,6429	0,6429
43	DLTA	0,3333	0,3333	0,2000	0,2000	0,4286	0,4286
44	MLBI	0,3333	0,3333	0,4000	0,4000	0,6429	0,6429
45	MYOR	0,1111	0,2222	0,1667	0,1667	0,2857	0,2857
46	GGRM	0,1111	0,1111	0,1667	0,1667	0,4286	0,5714
47	HMSP	0,4444	0,4444	0,2333	0,2333	0,3571	0,3571
48	DVLA	0,3333	0,3333	0,3333	0,3333	0,5000	0,5000
49	INAF	0,2222	0,2222	0,2000	0,2000	0,5714	0,5714
50	KAEF	0,3333	0,3333	0,4000	0,4000	0,7857	0,7857
51	TCID	0,2222	0,2222	0,2667	0,2667	0,7143	0,7143
52	UNVR	1,0000	1,0000	0,5667	0,5667	0,8571	0,8571

Sumber: Data Sekunder yang Diolah, 2016

No	Kode	<i>Corporate Social Responsibility</i>					
		Kinerja Hak Asasi Manusia		Kinerja Sosial		Kinerja Produk	
		2013	2014	2013	2014	2013	2014
1	INTP	0,8889	0,8889	1,0000	0,8750	1,0000	1,0000
2	SMCB	0,4444	0,4444	0,3750	0,3750	0,3333	0,3333
3	SMGR	0,1111	0,2222	0,6250	0,6250	0,5556	0,6667
4	AMFG	0,3333	0,4444	0,2500	0,2500	0,7778	0,7778
5	MLIA	0,4444	0,4444	0,3750	0,3750	0,6667	0,6667
6	ALKA	0,2222	0,2222	0,3750	0,3750	0,3333	0,3333
7	BTON	0,2222	0,2222	0,2500	0,2500	0,3333	0,3333
8	CTBN	0,2222	0,2222	0,2500	0,2500	0,2222	0,3333
9	GDST	0,2222	0,2222	0,3750	0,3750	1,0000	1,0000
10	LMSH	0,1111	0,1111	0,1250	0,1250	0,7778	0,7778
11	NIKL	0,2222	0,2222	0,1250	0,1250	0,3333	0,3333
12	BUDI	0,4444	0,4444	0,2500	0,3750	1,0000	1,0000
13	DPNS	0,1111	0,1111	0,1250	0,1250	0,6667	0,6667
14	EKAD	0,3333	0,3333	0,2500	0,2500	0,2222	0,2222
15	ETWA	0,2222	0,2222	0,1250	0,1250	0,8889	0,8889
16	INCI	0,3333	0,3333	0,3750	0,3750	0,7778	0,7778
17	SOBI	0,4444	0,4444	0,3750	0,3750	0,5556	0,5556
18	BRNA	0,2222	0,3333	0,1250	0,1250	1,0000	1,0000
19	IGAR	0,1111	0,1111	0,1250	0,1250	1,0000	1,0000
20	SIAP	0,3333	0,3333	0,2500	0,2500	0,8889	0,8889
21	TRST	0,7778	0,7778	0,2500	0,2500	0,5556	0,5556
22	YPAS	0,2222	0,2222	0,2500	0,2500	0,8889	0,7778
23	CPIN	0,3333	0,3333	0,3750	0,3750	0,5556	0,6667
24	MAIN	0,3333	0,3333	0,2500	0,3750	0,3333	0,3333
25	SIPD	0,1111	0,1111	0,2500	0,2500	0,8889	0,8889
26	TIRT	0,3333	0,3333	0,3750	0,3750	0,6667	0,6667
27	ALDO	0,2222	0,3333	0,2500	0,2500	0,5556	0,5556
28	KBRI	0,2222	0,2222	0,2500	0,2500	0,3333	0,3333
29	FASW	0,3333	0,3333	0,2500	0,2500	0,7778	0,7778
30	ASII	0,4444	0,4444	0,1250	0,1250	1,0000	1,0000
31	GJTL	0,2222	0,2222	0,2500	0,2500	0,8889	0,8889
32	IMAS	0,2222	0,2222	0,3750	0,3750	0,4444	0,4444
33	PRAS	0,2222	0,2222	0,2500	0,2500	0,3333	0,4444
34	PBRX	0,2222	0,2222	0,2500	0,2500	0,5556	0,5556
35	RICY	0,1111	0,1111	0,2500	0,2500	0,6667	0,6667
36	SSTM	0,3333	0,3333	0,2500	0,2500	0,5556	0,5556
37	KBLI	0,2222	0,2222	0,5000	0,5000	0,8889	0,8889
38	JECC	0,2222	0,2222	0,2500	0,2500	1,0000	1,0000
39	KBLM	0,2222	0,2222	0,2500	0,2500	1,0000	1,0000
40	SCCO	0,1111	0,1111	0,2500	0,2500	0,8889	0,8889
41	VOKS	0,2222	0,3333	0,3750	0,3750	0,8889	0,8889
42	AISA	0,5556	0,5556	0,5000	0,5000	0,7778	0,8889



No	Kode	<i>Corporate Social Responsibility</i>					
		Kinerja Hak Asasi Manusia		Kinerja Sosial		Kinerja Produk	
		2013	2014	2013	2014	2013	2014
43	DLTA	0,2222	0,3333	0,2500	0,2500	0,4444	0,4444
44	MLBI	0,2222	0,2222	0,2500	0,2500	0,7778	0,7778
45	MYOR	0,2222	0,2222	0,2500	0,2500	0,5556	0,6667
46	GGRM	0,3333	0,3333	0,2500	0,2500	0,8889	0,8889
47	HMSP	0,2222	0,2222	0,2500	0,2500	0,5556	0,5556
48	DVLA	0,2222	0,2222	0,1250	0,1250	0,7778	0,7778
49	INAF	0,2222	0,2222	0,2500	0,2500	0,8889	0,8889
50	KAEF	0,3333	0,3333	0,5000	0,5000	0,7778	0,7778
51	TCID	0,3333	0,3333	0,2500	0,2500	1,0000	1,0000
52	UNVR	0,3333	0,3333	1,0000	1,0000	0,5556	0,5556

Sumber: Data Sekunder yang Diolah, 2016

### Lampiran 7. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

**Descriptive Statistics**

	N	Min	Max	Mean	Std. Deviasi
Nilai Perusahaan (Y)	104	0,00	10,72	1,06	1,45
Dimensi Ekonomi dalam CSR (X1)	104	0,11	1,00	0,35	0,20
Dimensi Lingkungan dalam CSR (X2)	104	0,10	0,93	0,34	0,18
Dimensi Tenaga kerja dalam CSR (X3)	104	0,21	1,00	0,53	0,18
Dimensi HAM dalam CSR (X4)	104	0,11	0,89	0,29	0,15
Dimensi Sosial dalam CSR (X5)	104	0,12	1,00	0,30	0,17
Dimensi Produk dalam CSR (X6)	104	0,22	1,00	0,70	0,23
<i>Valid N (listwise)</i>	104				

## Lampiran 8. Hasil Uji Asumsi Klasik

### a. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		104
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.89516777
Most Extreme Differences	Absolute	.122
	Positive	.122
	Negative	-.074
Kolmogorov-Smirnov Z		1.242
Asymp. Sig. (2-tailed)		.091

a. Test distribution is Normal.

## b. Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Nilai	Between Groups (Combined)	149.165	7	21.309	5.919	.066
Perusahaan	Linearity	73.964	1	73.964	10.847	.150
Manufaktur	Deviation from Linearity	75.201	6	12.534	5.597	.059
* Dimensi	Within Groups	68.375	96	.712		
Ekonomi	Total	217.540	103			
dalam CSR						

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Nilai	Between Groups (Combined)	137.942	19	7.260	4.662	.059
Perusahaan	Linearity	24.986	1	24.986	6.368	.571
Manufaktur *	Deviation from Linearity	112.956	18	6.275	4.400	.063
Dimensi	Within Groups	79.598	84	.948		
Lingkungan	Total	217.540	103			
dalam CSR						

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Nilai	Between Groups (Combined)	100.298	11	9.118	7.155	.050
Perusahaan	Linearity	31.657	1	31.657	6.841	.610
Manufaktur *	Deviation from Linearity	68.641	10	6.864	4.95	.052
Dimensi	Within Groups	117.242	92	1.274		
Tenaga	Total	217.540	103			
Kerja dalam						
CSR						

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Nilai	Between Groups (Combined)	23.188	6	3.865	1.929	.084
Perusahaan	Linearity	5.534	1	5.534	2.762	.100
Manufaktur *	Deviation from Linearity	17.655	5	3.531	1.762	.128
Dimensi	Within Groups	194.352	97	2.004		
HAM dalam CSR	Total	217.540	103			

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Nilai	Between Groups (Combined)	152.867	6	10.478	8.213	.083
Perusahaan	Linearity	18.963	1	18.963	8.429	.601
Manufaktur *	Deviation from Linearity	43.904	5	8.781	6.170	.051
Dimensi	Within Groups	64.673	97	.667		
Sosial dalam CSR	Total	217.540	103			

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Nilai	Between Groups (Combined)	27.081	7	3.869	1.950	.070
Perusahaan	Linearity	.554	1	.554	.279	.598
Manufaktur *	Deviation from Linearity	26.527	6	4.421	2.229	.051
Dimensi	Within Groups	190.459	96	1.984		
Produk dalam CSR	Total	217.540	103			

**c. Hasil Uji Multikorelasi**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.586	.363		-1.612	.110		
Dimensi Ekonomi dalam CSR	3.810	.882	.527	4.320	.000	.262	3.810
Dimensi Lingkungan dalam CSR	-3.544	.942	-.434	-3.763	.000	.293	3.407
Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR	.775	.756	.098	1.025	.308	.431	2.318
Dimensi HAM dalam CSR	-2.303	.703	-.235	-3.276	.001	.758	1.320
Dimensi Sosial dalam CSR	5.558	.756	.652	7.351	.000	.497	2.013
Dimensi Produk dalam CSR	.126	.437	.020	.288	.774	.783	1.278

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan Manufaktur

### d. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Correlations

			X1	X2	X3	X4	X5	X6	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Dimensi Ekonomi dalam CSR (X1)	Correlation Coefficient	1.000	.669**	.556**	.366**	.359**	-.047	-.213*
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000	.000	.633	.050
		N	104	104	104	104	104	104	104
	Dimensi Lingkungan dalam CSR (X2)	Correlation Coefficient	.669**	1.000	.676**	.272**	.369**	.263**	-.037
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.005	.000	.007	.713
		N	104	104	104	104	104	104	104
	Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR (X3)	Correlation Coefficient	.556**	.676**	1.000	.260**	.355**	.352**	-.116
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.008	.000	.000	.240
		N	104	104	104	104	104	104	104
	Dimensi HAM dalam CSR (X4)	Correlation Coefficient	.366**	.272**	.260**	1.000	.403**	.000	.129
		Sig. (2-tailed)	.000	.005	.008	.	.000	.993	.192
		N	104	104	104	104	104	104	104
	Dimensi Sosial dalam CSR (X5)	Correlation Coefficient	.359**	.369**	.355**	.403**	1.000	-.114	-.405**
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.	.250	.053
		N	104	104	104	104	104	104	104
	Dimensi Produk dalam CSR (X6)	Correlation Coefficient	-.047	.263**	.352**	.000	-.114	1.000	.027
		Sig. (2-tailed)	.633	.007	.000	.993	.250	.	.787
		N	104	104	104	104	104	104	104
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-.213*	-.037	-.116	.129	-.405**	.027	1.000
		Sig. (2-tailed)	.050	.713	.240	.192	.000	.787	.
		N	104	104	104	104	104	104	104

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### e. Hasil Uji Autokorelasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.583 <sup>a</sup>	.340	.334	1.18643	1.690

a. Predictors: (Constant), Dimensi Ekonomi dalam CSR

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan Manufaktur

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.339 <sup>a</sup>	.115	.106	1.37397	1.710

a. Predictors: (Constant), Dimensi Lingkungan dalam CSR

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan Manufaktur

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.381 <sup>a</sup>	.146	.137	1.34996	1.690

a. Predictors: (Constant), Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan Manufaktur



**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.159 <sup>a</sup>	.025	.016	1.44170	1.816

a. Predictors: (Constant), Dimensi HAM dalam CSR

b. Dependent Variable: Nilai  
Perusahaan Manufaktur

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.708 <sup>a</sup>	.501	.496	1.03174	1.666

a. Predictors: (Constant), Dimensi Sosial dalam CSR

b. Dependent Variable: Nilai  
Perusahaan Manufaktur

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.050 <sup>a</sup>	.003	-.007	1.45853	1.780

a. Predictors: (Constant), Dimensi Produk dalam CSR

b. Dependent Variable: Nilai  
Perusahaan Manufaktur

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.788 <sup>a</sup>	.621	.597	.92244	1.667

a. Predictors: (Constant), X6, X1, X4, X5, X3, X2

b. Dependent Variable: Nilai  
Perusahaan Manufaktur

## Lampiran 9. Hasil Uji Analisis Regresi

### a. Hasil Uji Hipotesis 1

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.583 <sup>a</sup>	.340	.334	1.18643

a. Predictors: (Constant), Dimensi Ekonomi dalam CSR

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.416	.235		-1.772	.079
	Dimensi Ekonomi dalam CSR	4.213	.581	.583	7.249	.000

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan Manufaktur

### b. Hasil Uji Hipotesis 2

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.339 <sup>a</sup>	.115	.106	1.37397

a. Predictors: (Constant), Dimensi Lingkungan dalam CSR

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.109	.294		.370	.712
	Dimensi Lingkungan dalam CSR	2.765	.760	.339	3.638	.000

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan Manufaktur

### c. Hasil Uji Hipotesis 3

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.381 <sup>a</sup>	.146	.137	1.34996

a. Predictors: (Constant), Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.558	.410		-1.360	.177
	Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR	3.030	.727	.381	4.168	.000

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan Manufaktur

#### d. Hasil Uji Hipotesis 4

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.159 <sup>a</sup>	.025	.016	1.44170

a. Predictors: (Constant), Dimensi HAM dalam CSR

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.604	.314		1.926	.057
	Dimensi HAM dalam CSR	1.560	.956	.159	1.632	.106

a. Dependent Variable: Nilai

Perusahaan Manufaktur

#### e. Hasil Uji Hipotesis 5

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.708 <sup>a</sup>	.501	.496	1.03174

a. Predictors: (Constant), Dimensi Sosial dalam

CSR

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.788	.209		-3.772	.000
	Dimensi Sosial dalam CSR	6.030	.596	.708	10.117	.000

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan Manufaktur

### f. Hasil Uji Hipotesis 6

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.050 <sup>a</sup>	.003	-.007	1.45853

a. Predictors: (Constant), Dimensi Produk dalam CSR

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.278	.450		2.841	.005
	Dimensi Produk dalam CSR	-.312	.611	-.050	-.510	.611

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan Manufaktur

### g. Hasil Uji Hipotesis 7

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.788 <sup>a</sup>	.621	.597	.92244

a. Predictors: (Constant), X6, X1, X4, X5, X3, X2

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	135.004	6	22.501	26.444	.000 <sup>a</sup>
	Residual	82.537	97	.851		
	Total	217.540	103			

a. Predictors: (Constant), X6, X1, X4, X5, X3, X2

b. Dependent Variable: Nilai

Perusahaan Manufaktur

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.586	.363		-1.612	.110
	Dimensi Ekonomi dalam CSR	3.810	.882	.527	4.320	.000
	Dimensi Lingkungan dalam CSR	-3.544	.942	-.434	-3.763	.000
	Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR	.775	.756	.098	1.025	.308
	Dimensi HAM dalam CSR	-2.303	.703	-.235	-3.276	.001
	Dimensi Sosial dalam CSR	5.558	.756	.652	7.351	.000
	Dimensi Produk dalam CSR	.126	.437	.020	.288	.774

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Manufaktur

### Lampiran 10. Sumbangan Relatif dan Sumbangan Efektif

		Correlations						
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	Y
X1	Pearson Correlation	1	.795**	.625**	.449**	.683**	.004	.583**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.969	.000
	Sum of Squares and Cross-products	4.167	2.933	2.368	1.381	2.414	.019	17.557
	Covariance	.040	.028	.023	.013	.023	.000	.170
	N	104	104	104	104	104	104	104
X2	Pearson Correlation	.795**	1	.698**	.380**	.569**	.195*	.339**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.048	.000
	Sum of Squares and Cross-products	2.933	3.267	2.344	1.035	1.782	.839	9.035
	Covariance	.028	.032	.023	.010	.017	.008	.088
	N	104	104	104	104	104	104	104
X3	Pearson Correlation	.625**	.698**	1	.307**	.495**	.341**	.381**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.002	.000	.000	.000
	Sum of Squares and Cross-products	2.368	2.344	3.449	.859	1.593	1.509	10.449
	Covariance	.023	.023	.033	.008	.015	.015	.101
	N	104	104	104	104	104	104	104
X4	Pearson Correlation	.449**	.380**	.307**	1	.448**	.054	.159
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002		.000	.589	.106
	Sum of Squares and Cross-products	1.381	1.035	.859	2.273	1.169	.193	3.547
	Covariance	.013	.010	.008	.022	.011	.002	.034
	N	104	104	104	104	104	104	104
X5	Pearson Correlation	.683**	.569**	.495**	.448**	1	-.014	.708**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.889	.000
	Sum of Squares and Cross-products	2.414	1.782	1.593	1.169	2.996	-.057	18.069
	Covariance	.023	.017	.015	.011	.029	.000	.175
	N	104	104	104	104	104	104	104
X6	Pearson Correlation	.004	.195*	.341**	.054	-.014	1	-.050
	Sig. (2-tailed)	.969	.048	.000	.589	.889		.611
	Sum of Squares and Cross-products	.019	.839	1.509	.193	-.057	5.691	-1.776
	Covariance	.000	.008	.015	.002	.000	.055	-.017
	N	104	104	104	104	104	104	104
Y	Pearson Correlation	.583**	.339**	.381**	.159	.708**	-.050	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.106	.000	.611	
	Sum of Squares and Cross-products	17.557	9.035	10.449	3.547	18.069	-1.776	217.540
	Covariance	.170	.088	.101	.034	.175	-.017	2.112
	N	104	104	104	104	104	104	104

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Perhitungan Sumbangan Relatif dan Sumbangan Efektif

### 1. Sumbangan Relatif

Sumbangan Relatif Total = 100%

**SR tiap prediktor**

$$Y = -0,586 + 3,810X_1 - 3,544X_2 + 0,775X_3 - 2,303X_4 + 5,558X_5 + 0,126X_6$$

$$SR X_1 = (3,810 \times 17,557) / 135,004 \times 100\% = 49,5\%$$

$$SR X_2 = (-3,544 \times 9,035) / 135,004 \times 100\% = 23,7\% \text{ (dimutlak)}$$

$$SR X_3 = (0,775 \times 10,449) / 135,004 \times 100\% = 6,0\%$$

$$SR X_4 = (-2,303 \times 3,547) / 135,004 \times 100\% = 6,0\% \text{ (dimutlak)}$$

$$SR X_5 = (5,558 \times 18,069) / 135,004 \times 100\% = 14,6\%$$

$$SR X_6 = (0,126 \times -1,776) / 135,004 \times 100\% = 0,2\% \text{ (dimutlak) atau SR total} - SR (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5) = 100 - 99,8 = 0,2\%$$

### 2. Sumbangan Efektif

$$\text{Sumbangan Efektif Total} = \text{Koefisien Determinasi } (R^2) \times 100\%$$

$$SE \text{ total} = 0,621 \times 100\% = 62,1\%$$

Jadi, Nilai Perusahaan Manufaktur dipengaruhi oleh keenam prediktor (Dimensi Ekonomi, Lingkungan, Tenaga Kerja, HAM, Sosial dan Produk dalam CSR) sebesar 62,1%, sisanya 37,9% (100-62,1) dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.



**SE tiap Prediktor**

a)  $SE X1 = SRX1 \times R^2 = 49,5\% \times 0,621 = 30,8\%$

Jadi, Pengaruh Dimensi Ekonomi dalam CSR sebesar 30,8%.

b)  $SE X2 = SRX2 \times R^2 = 23,7\% \times 0,621 = 14,7\%$

Jadi, Pengaruh Dimensi Lingkungan dalam CSR sebesar 14,7%.

c)  $SE X3 = SRX3 \times R^2 = 6,0\% \times 0,621 = 3,7\%$

Jadi, Pengaruh Dimensi Tenaga Kerja dalam CSR sebesar 3,7%.

d)  $SE X4 = SRX4 \times R^2 = 6,0\% \times 0,621 = 3,7\%$

Jadi, Pengaruh Dimensi HAM dalam CSR sebesar 3,7%.

e)  $SE X5 = SRX5 \times R^2 = 14,6\% \times 0,621 = 9,1\%$

Jadi, Pengaruh Dimensi Sosial dalam CSR sebesar 9,1%.

f)  $SE X6 = SRX6 \times R^2 = 0,2\% \times 0,621 = 0,1\%$

Jadi, Pengaruh Dimensi Produk dalam CSR sebesar 0,1%.