

**ANALISIS PENGARUH PROFITABILITAS  
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN  
*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*  
SEBAGAI VARIABEL *MODERATING***

**(Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat Dalam *Jakarta Islamic Index (JII)***

**Di Bursa Efek Indonesia)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Program Studi Ekonomi Islam**

**FEBI UIN Walisongo**



**Oleh:**

Nautika Attamimi

NIM : 102411172

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UIN WALISONGO SEMARANG**

**2015**

**Dr. Ali Murtadho, M.Ag.**

Donosari R.T./R.W. 04/I, Patebon, Kendal.

**Dr. Ari Kristin P, SE., M.Si.**

Jl. Perintis Kemerdekaan No. 181 Pudakpayung, Banyumanik, Semarang.

---

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eks.

Hal : Naskah Skripsi

A.n. Sdri. Nautika Attamimi

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami menyatakan bahwa naskah Skripsi saudara:

Nama : Nautika Attamimi

NIM : 102411172

Judul : **Analisis Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat Dalam Jakarta Islamic Index (JII) Di Bursa Efek Indonesia)**

Dengan ini telah kami setuju dan mohon kiranya Skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Semarang, 27 Mei 2015

Pembimbing I



Dr. Ali Murtadho, M.Ag.

NIP. 19710803199803 1 003

Pembimbing II



Dr. Ari Kristin P., SE., M.Si.

NIP. 19790512200501 2 004



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka Km. 02 Telp. / Fax. (024) 7601291 Semarang 50185

PENGESAHAN

Skripsi Saudara:

Atas Nama : Nautika Attamimi

NIM : 102411172

Judul : **“Analisis Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel *Moderating* (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat Dalam *Jakarta Islamic Index JII* Di Bursa Efek Indonesia)”**

Telah diujikan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaude/ baik/ cukup pada tanggal :

**25 Juni 2015**

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Starta Satu (S1) dalam ilmu Ekonomi Islam tahun akademik 2014/ 2015

Semarang, 25 Juni 2015

Mengetahui,

Ketua Sidang

  
**H. Ahmad Furqon, LC., MA**  
NIP. 19751218200501 1 002

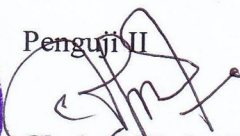
Sekretaris Sidang

  
**Dr. Ari Kristin P, SE., M.Si**  
NIP. 19790512200501 2 004

Penguji I

  
**Dr. H. Muchlis, M.Si**  
NIP. 19610117198803 1 002

Penguji II

  
**Choirul Huda, M.Ag**  
NIP. 19760109200501 1 004

Pembimbing I

  
**Dr. Ali Murtadho, M.Ag**  
NIP. 19710803199803 1 003

Pembimbing II

  
**Dr. Ari Kristin P, SE., M.Si**  
NIP. 19790512200501 2 004



## MOTTO

أَلَا إِنَّ أَوْلِيَاءَ اللَّهِ لَا خَوْفٌ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ ﴿٦٢﴾ الَّذِينَ ءَامَنُوا وَكَانُوا يَتَّقُونَ ﴿٦٣﴾

*Ingatlah, Sesungguhnya wali-wali Allah itu, tidak ada kekhawatiran terhadap mereka dan tidak (pula) mereka bersedih hati. (yaitu) orang-orang yang beriman dan mereka selalu bertakwa*

*(Q.S. Yunus 62-63).*

*Ya Allah, kami mohon kepada-Mu taubat yang sempurna, ampunan yang menyeluruh, cinta yang membulat, keintiman yang suci, pengetahuan yang luas, cahaya-cahaya yang bersinar terang, syafaat (pertolongan) yang siap sedia, hujjah argumentasi yang mengena, dan derajat yang tinggi. Engkaulah pegangan tali kami dari maksiat dan Engkau pegangan jaminan kami dari nikmat dengan limpahan-limpahan anugerah. Sesungguhnya Engkau Mahakuasa atas segala sesuatu.*

*(Syaiikh Abu Hasan Asy-Syadzili R.A.).*

## **PERSEMBAHAN**

KUPERUNTUKKAN KARYAKU INI KEPADA :

Suamiku tersayang: Raden Arfan Rifqiawan, S.E., M.Si.

Anakku tersayang: Raden Abil Hasan Asy-Syadzili

Orang tuaku tercinta: Drs.H. Wahid Musta'in, M.M. & Hj. Siti Maryam, S.Pd.I.

Bapak dan Ibu mertuaku tercinta: Drs. H. Z. Amri Amno, M.Sc. & Hj. Winarni Sunariati, S.H.

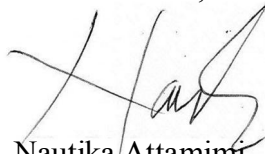
Kakak dan Adikku tercinta: M. Tamar Ramadhani, S.K.M & Kamila Dzul Hikmah

## DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satu pun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 27 Mei 2015

Deklarator,



Nautika Attamimi

## ABSTRAK

Skripsi ini meneliti pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam memoderasi hubungan antara ROA sebagai proksi dari profitabilitas terhadap Tobin's Q sebagai proksi dari nilai perusahaan.

Tujuan penelitian adalah untuk menemukan bukti empiris tentang (a) pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, (b) pengaruh pengungkapan CSR dalam memoderasi hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Sampel dalam penelitian ini adalah emiten *Jakarta Islamic Index* (JII) yang terdaftar dalam *Indonesia Stock Exchange* (IDX) dalam rentang tahun 2012-2014. Sampel penelitian adalah sebanyak 21 perusahaan dengan 63 observasi. Analisis data menggunakan analisis regresi linear sederhana untuk hipotesis 1 dan analisis regresi linear sederhana dengan uji residual untuk hipotesis 2.

Hasil penelitian dengan analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan ( $t$  hitung = 12,425 ; Sig. = 0,000). Sedangkan analisis variabel moderating dengan uji residual menunjukkan bahwa pengungkapan CSR tidak mampu memoderasi hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan ( $t$  hitung = 5,936 ; Sig. = 0,000).

**Kata Kunci:** ROA, Tobin's Q, pengungkapan CSR.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur milik Allah S.W.T. atas kasih sayang dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Salam dan sholawat senantiasa dilimpahkan kepada junjungan dan kecintaan kita Nabi Agung Muhammad S.A.W. beserta segenap keluarganya, sahabatnya, dan semua umatnya yang senantiasa berada di atas jalan-Nya.

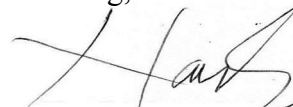
Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi ilmu pengetahuan dan dapat dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya.

Penyelesaian skripsi ini telah melibatkan banyak pihak, untuk itu saya menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Muhibbin, M.Ag. selaku Rektor UIN Walisongo.
2. Bapak Dr. H. Imam Yahya, M.Ag. selaku Dekan FEBI UIN Walisongo.
3. Bapak Dr. Ali Murtadho, M.Ag. sebagai pembimbing I.
4. Ibu Dr. Ari Kristin P., M.Si. sebagai pembimbing II.
5. Seluruh staf dosen pada FEBI UIN Walisongo yang telah memberikan tambahan pengetahuan kepada saya selama mengikuti pendidikan.
6. Seluruh staf pengelola dan admisi FEBI UIN Walisongo atas dukungannya sehingga proses belajar menjadi lebih menyenangkan.
7. Suamiku, Raden Arfan Rifqiawan, S.E., M.Si., Anakku, Raden Abil Hasan Asy-Syadzili, Orang tuaku, Drs. H. Wahid Musta'in, Hj. Siti Maryam, S.Pd.I., Drs. H. Z. Amri Amno, M.Sc., Hj. Winarni Sunariati, S.H., Kakak-adikku, M. Tamar Ramadhani, S.K.M & Kamila Dzul Hikmah atas segala perhatian, dukungan, kasih sayang dan doa.
8. Rekan-rekan mahasiswa Ekonomi Islam Program Transfer.

Akhirnya kepada semua pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu, saya mengucapkan banyak terima kasih atas semua bantuan yang diberikan. Semoga Allah melimpahkan berkah dan rahmat-Nya bagi semua, bapak, ibu dan saudara yang telah berbuat baik untuk saya.

Semarang, 27 Mei 2015



Nautika Attamimi



## DAFTAR ISI

ANALISIS PENGARUH PROFITABILITAS.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
DEKLARASI.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Kegunaan Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu.....	7
2.1.1 Teori <i>Stakeholder</i> .....	7
2.1.2 Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan.....	8
2.1.3 Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.....	15
2.1.3 <i>Corporate Social Responsibility</i> Dalam Pandangan Islam.....	17
2.1.4 Nilai Perusahaan.....	20
2.1.5 Profitabilitas.....	24
2.1.6 Pasar Modal Syariah.....	26
2.1.7 Saham Syariah.....	27
2.1.8 Penelitian Terdahulu.....	29
2.2 Kerangka Pemikiran.....	30
2.3 Perumusan Hipotesis.....	30
2.3.1 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.....	30

2.3.2 Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> sebagai Variabel Moderating dalam Hubungan antara Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan .....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Jenis Penelitian dan Sumber Data .....	33
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian .....	33
3.2.1 Populasi penelitian.....	33
3.2.2 Sampel penelitian .....	33
3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	33
3.3.1 Variabel Penelitian .....	33
3.3.2 Definisi Operasional Variabel.....	34
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	36
3.5 Metode Analisis .....	36
3.5.1 Statistik Deskriptif.....	36
3.5.2 Analisis Regresi Linier Sederhana .....	37
3.5.3 Uji Residual.....	37
3.5.4 Pengujian Hipotesis .....	38
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....	41
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	41
4.2 Hasil Analisis Data .....	55
4.2.1 Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	55
4.2.2 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana .....	56
4.2.2.1 Koefisien Determinasi .....	56
4.2.2.2 Uji Statistk t .....	56
4.2.2.3 Uji Residual .....	57
4.3 Hasil Uji Hipotesis.....	58
BAB V PENUTUP .....	59
5.1 Kesimpulan.....	59
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	60
5.3 Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA.....	61
LAMPIRAN-LAMPIRAN .....	64

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Sampel Penelitian.....	42
Tabel 4.2 Data Perusahaan yang menjadi Sampel Penelitian .....	42
Tabel 4.3 Perhitungan Nilai EMV Periode Akhir Tahun 2012 .....	43
Tabel 4.4 Perhitungan Nilai EMV Periode Akhir Tahun 2013 .....	44
Tabel 4.5 Perhitungan Nilai EMV Periode Akhir Tahun 2014 .....	45
Tabel 4.6 Nilai EMV, EBV, D, dan Q Periode 31 Desember 2012 .....	46
Tabel 4.7 Nilai EMV, EBV, D, dan Q Periode 31 Desember 2013 .....	47
Tabel 4.8 Nilai EMV, EBV, D, dan Q Periode 31 Desember 2014 .....	48
Tabel 4.9 Laba Sebelum Pajak (PBIT) dan Total Aktiva (TA) Periode 31 Desember 2012 .....	49
Tabel 4.10 Laba Sebelum Pajak (PBIT) dan Total Aktiva (TA) Periode 31 Desember 2013 .....	50
Tabel 4.11 Laba Sebelum Pajak (PBIT) dan Total Aktiva (TA) Periode 31 Desember 2014 .....	51
Tabel 4.12 CSR, ROA, Tobin's Q Periode 31 Desember 2012.....	52
Tabel 4.13 CSR, ROA, Tobin's Q Periode 31 Desember 2013 .....	53
Tabel 4.14 CSR, ROA, Tobin's Q Periode 31 Desember 2014 .....	54
Tabel 4.15 Hasil Uji Statistik Deskriptif .....	55
Tabel 4.16 Hasil Uji Kecocokan Model ROA terhadap Tobin's Q .....	56
Tabel 4.17 Hasil Uji t ROA terhadap Tobin's Q .....	56
Tabel 4.18 Hasil Uji Residual .....	57
Tabel 4.19 Hasil Uji Kecocokan Model Tobin's Q terhadap Absolut Residual CSR dan ROA. ....	57
Tabel 4.20 Hasil Perhitungan Regresi .....	58

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kategori Perusahaan Berdasarkan Profit Perusahaan dan Anggaran CSR.....	14
Gambar 2.2 Kategori Perusahaan Berdasarkan Tujuan CSR.....	15
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	30

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Masalah

Sejarah perkembangan akuntansi yang berkembang pesat setelah terjadi revolusi industri di Inggris (1760-1860), menyebabkan pelaporan akuntansi lebih banyak digunakan sebagai alat pertanggungjawaban kepada pemilik modal sehingga mengakibatkan orientasi perusahaan lebih berpihak kepada pemilik modal. Berpihaknya perusahaan kepada pemilik modal mengakibatkan perusahaan melakukan eksploitasi sumber-sumber alam dan masyarakat sosial secara tidak terkendali sehingga mengakibatkan kerusakan lingkungan alam dan pada akhirnya mengganggu kehidupan manusia. Para pemilik modal, yang hanya berorientasi pada laba material, telah merusak keseimbangan kehidupan dengan cara menstimulasi pengembangan potensi ekonomi yang dimiliki manusia secara berlebihan yang tidak memberi kontribusi bagi peningkatan kemakmuran mereka tetapi justru menjadikan mereka mengalami penurunan kondisi sosial<sup>1</sup>.

Pada saat banyak perusahaan menjadi semakin berkembang, maka pada saat itu pula kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan sekitarnya dapat terjadi, karena itu muncul pula kesadaran untuk mengurangi dampak negatif ini. Banyak perusahaan swasta kini mengembangkan apa yang disebut *Corporate Sosial Responsibility* (CSR). Penerapan CSR tidak lagi dianggap sebagai *cost*, melainkan investasi perusahaan<sup>2</sup>.

*Corporate Sosial Responsibility* saat ini bukan lagi bersifat sukarela dilakukan perusahaan dalam mempertanggungjawabkan kegiatan bisnisnya, melainkan bersifat wajib bagi beberapa perusahaan untuk melakukan atau menerapkannya. Hal ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (UU PT), yang disahkan pada 20 Juli 2007. Pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas menyatakan : (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). (2) TJSL merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. (3) Perseroan yang

---

<sup>1</sup> Fr. Reni Retno Anggraini, "Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan", dalam Simposium Nasional Akuntansi IX Padang, 2006, h. 2.

<sup>2</sup> Sutopoyudo, "Pengaruh Penerapan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) terhadap Profitabilitas Perusahaan", <https://sutopoyudo.wordpress.com/2009/09/21/pengaruh-penerapan-corporate-social-responsibility-csr-terhadap-profitabilitas-perusahaan/>, diakses tanggal 30 Oktober 2014.

tidak melaksanakan kewajiban dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan<sup>3</sup>. Dengan adanya peraturan ini, perusahaan khususnya perseroan terbatas yang bergerak di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam harus melaksanakan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat.

Sanksi pidana mengenai pelanggaran CSR pun terdapat di dalam 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 perusakan lingkungan hidup, diancam dengan pidana penjara paling lama tiga tahun dan denda paling banyak seratus juta rupiah”<sup>4</sup>.

*Corporate Social Responsibility* (Tanggung Jawab Sosial Perusahaan) sering dianggap inti dari etika bisnis, yang berarti bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomi dan legal (artinya kepada pemegang saham atau *shareholder*) tetapi juga kewajiban-kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholder*) yang jangkauannya melebihi kewajiban- kewajiban di atas (ekonomi dan legal). Tanggung jawab sosial dari perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) merujuk pada semua hubungan yang terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua *stakeholder*, termasuk di dalamnya adalah pelanggan atau *customers*, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, pemerintah, *supplier* bahkan juga kompetitor. *Global Compact Initiative* menyebut pemahaman ini dengan 3P (*profit, people, planet*), yaitu tujuan bisnis tidak hanya mencari laba (*profit*), tetapi juga mensejahterakan orang (*people*), dan menjamin keberlanjutan hidup planet ini<sup>5</sup>. Pengembangan program-program sosial perusahaan dapat berupa bantuan fisik, pelayanan kesehatan, pembangunan masyarakat (*community development*), *outreach*, beasiswa dan sebagainya.

CSR tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja. Tapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines*. Di sini *bottom lines* lainnya selain finansial juga ada sosial dan lingkungan, karena kondisi

---

<sup>3</sup> Undang- Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

<sup>4</sup> Undang- Undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup.

<sup>5</sup> Lely Dahlia dan Sylvia Veronica Siregar, “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2005 dan 2006)”, dalam Simposium Nasional Akuntansi XI Pontianak, 2008, h. 1.

keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*). Keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup. Sudah menjadi fakta bagaimana resistensi masyarakat sekitar, di berbagai tempat dan waktu muncul ke permukaan terhadap perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan aspek-aspek sosial, ekonomi dan lingkungan hidup.

Masyarakat sekarang lebih pintar dalam memilih produk yang akan mereka konsumsi. Sekarang, masyarakat cenderung untuk memilih produk yang diproduksi oleh perusahaan yang peduli terhadap lingkungan dan atau melaksanakan CSR. Survei yang dilakukan Booth-Harris Trust Monitor pada tahun 2001 dalam Sutopoyudo menunjukkan bahwa mayoritas konsumen akan meninggalkan suatu produk yang mempunyai citra buruk atau diberitakan negatif. Banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan pelaksanaan *corporate social responsibility*, antara lain produk semakin disukai oleh konsumen dan perusahaan diminati investor. *Corporate social responsibility* dapat digunakan sebagai alat *marketing* baru bagi perusahaan bila itu dilaksanakan berkelanjutan. Untuk melaksanakan CSR berarti perusahaan akan mengeluarkan sejumlah biaya. Biaya pada akhirnya akan menjadi beban yang mengurangi pendapatan sehingga tingkat profit perusahaan akan turun. Akan tetapi dengan melaksanakan CSR, citra perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen makin tinggi.

Seiring meningkatnya loyalitas konsumen dalam waktu yang lama, maka penjualan perusahaan akan semakin membaik, dan pada akhirnya dengan pelaksanaan CSR, diharapkan tingkat profitabilitas perusahaan juga meningkat. Oleh karena itu, CSR berperan penting dalam meningkatkan nilai perusahaan sebagai hasil dari peningkatan penjualan perusahaan dengan cara melakukan berbagai aktivitas sosial di lingkungan sekitarnya<sup>6</sup>.

Menurut Darwin (2004) dalam Rakhiemah dan Agustia (2009) perusahaan dapat memperoleh banyak manfaat dari praktik dan pengungkapan CSR apabila dipraktekkan dengan sungguh-sungguh, diantaranya : dapat mempererat komunikasi dengan *stakeholders*, meluruskan visi, misi, dan prinsip perusahaan terkait dengan praktik dan aktivitas bisnis internal perusahaan, mendorong perbaikan perusahaan secara berkesinambungan sebagai wujud manajemen risiko dan untuk melindungi reputasi, serta untuk meraih *competitive advantage* dalam hal modal, tenaga kerja, *supplier*, dan pangsa pasar<sup>7</sup>.

---

<sup>6</sup> *Ibid*, h.1

<sup>7</sup> Aldilla Noor Rakhiemah dan Dian Agustia, "Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) *Disclosure* dan Kinerja Finansial Perusahaan JII yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia",

Penelitian ini mengacu pada penelitian Sri Rahayu (2008) yang meneliti tentang pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* Sebagai Variabel Pemoderasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menguji kembali apakah *corporate social responsibility* memoderasi pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan pada emiten yang masuk *Jakarta Islamic Index* (JII) di Bursa Efek Indonesia.

Selanjutnya, CSR sebagai variabel *moderating* digunakan dalam penelitian ini karena secara teoritis semakin tinggi pengungkapan CSR perusahaan maka semakin kuat pula hubungan profitabilitas dengan nilai perusahaan. Perbedaan lain dengan penelitian sebelumnya adalah digunakannya *rating* yang dibuat oleh CSRhub dalam mengukur pengungkapan sosial di dalam penelitian ini. Periode penelitian yang digunakan yaitu tiga tahun pengamatan, yaitu tahun 2012, 2013 dan 2014.

## 1.2 Perumusan Masalah

Tanggung jawab Sosial Perusahaan merupakan suatu bentuk tanggung jawab yang dilakukan perusahaan di dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan-kerusakan lingkungan yang terjadi sebagai akibat dari aktivitas operasional yang dilakukan perusahaan. Semakin banyaknya bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, maka *image* perusahaan menurut pandangan masyarakat menjadi meningkat atau citra perusahaan menjadi baik. Investor lebih berminat pada perusahaan yang memiliki citra yang baik di masyarakat karena semakin baiknya citra perusahaan, maka loyalitas konsumen semakin tinggi. Seiring meningkatnya loyalitas konsumen dalam waktu lama maka penjualan perusahaan akan membaik dan pada akhirnya diharapkan tingkat profitabilitas perusahaan juga meningkat. Jika perusahaan berjalan lancar, maka nilai saham perusahaan akan meningkat. Secara teoritis, suatu perusahaan dikatakan mempunyai nilai yang baik jika kinerja perusahaan juga baik. Nilai perusahaan dapat tercermin dari harga sahamnya. Apabila nilai sahamnya tinggi bisa dikatakan nilai perusahaannya juga baik. Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham.

Nilai perusahaan dinilai baik apabila kinerja perusahaan juga baik. Kinerja yang dilakukan perusahaan dapat berupa kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial di dalam memperbaiki



kerusakan lingkungan dan kesenjangan sosial di lingkungan sekitarnya. Hal tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan apabila dilakukan secara berkelanjutan (*sustainable*).

Disamping kinerja ekonomi yang akan dilihat investor sebelum memutuskan untuk berinvestasi dalam suatu perusahaan, adanya pengungkapan item CSR dalam laporan keuangan diharapkan akan menjadi nilai plus yang akan menambah kepercayaan para investor, bahwa perusahaan tersebut akan terus berkembang dan berkelanjutan (*sustainable*). Para konsumen akan lebih mengapresiasi perusahaan yang akan mengungkapkan CSR dibandingkan dengan perusahaan yang tidak mengungkapkan CSR, mereka akan membeli produk yang laba produk tersebut disisihkan untuk kepentingan sosial lingkungan. Hal ini akan berdampak positif terhadap perusahaan selain membangun *image* yang baik di mata para *stakeholder* karena kepedulian perusahaan terhadap sosial lingkungan, juga akan menaikkan laba perusahaan melalui peningkatan nilai perusahaan<sup>8</sup>.

Atas dasar uraian tersebut permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan yang tercatat dalam *Jakarta Islamic Index* (JII) di Bursa Efek Indonesia?
2. Apakah *Corporate Social Responsibility* memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan yang tercatat dalam *Jakarta Islamic Index* (JII) di Bursa Efek Indonesia?

### 1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui :

1. Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan yang tercatat dalam *Jakarta Islamic Index* (JII) di Bursa Efek Indonesia.
2. Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan yang tercatat dalam *Jakarta Islamic Index* (JII) di Bursa Efek Indonesia dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel moderasi.

### 1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat/kegunaan antara lain :

1. Bagi perusahaan-perusahaan *go public* yang saham syariahnya tercatat dalam JII, dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang pentingnya pertanggungjawaban sosial perusahaan yang diungkapkan di dalam laporan yang disebut *sustainability reporting* dan

---

<sup>8</sup> Sri Rahayu, "Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Jakarta)", Skripsi S1 Akuntansi, Semarang, Perpustakaan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Undip, 2010, h. 30, t.d.

sebagai pertimbangan dalam pembuatan kebijakan perusahaan untuk lebih meningkatkan kepeduliannya pada lingkungan sosial. Bagi investor, akan memberikan wacana baru dalam mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu diperhitungkan dalam investasi yang tidak terpaku pada ukuran-ukuran moneter.

2. Bagi masyarakat, akan memberikan stimulus secara proaktif sebagai pengontrol atas perilaku-perilaku perusahaan dan semakin meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh.
3. Bagi lembaga-lembaga pembuat peraturan/standar, misalnya OJK, 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.

### 1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi merupakan hal yang penting, karena untuk memberikan gambaran dari isi masing-masing bab yang akan dibahas secara berkaitan dan berurutan. Mengenai sistematika dalam penulisan skripsi ini sebagai berikut:

1. Pada bagian awal skripsi berisi tentang sampul, lembar berlogo, halaman judul, abstrak, pengesahan, motto dan persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar grafik, dan daftar lampiran.

#### 2. Bagian Isi Skripsi

##### BAB I Pendahuluan

Berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika skripsi.

##### BAB II Landasan Teori

Menjelaskan tentang landasan teori yang dikemukakan yaitu: Teori *Stakeholder*, CSR, nilai perusahaan, saham syariah, penelitian sebelumnya, kerangka teori, dan hipotesis.

##### BAB III Metode Penelitian

Dalam metode penelitian, penulis akan menjelaskan tentang obyek penelitian, variabel penelitian, metode penelitian, pengumpulan data, dan metode analisis data.

##### BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berisi hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

##### BAB V Penutup

Berisi kesimpulan mengenai hasil penelitian dan saran-saran yang relevan.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu

##### 2.1.1 Teori *Stakeholder*

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan telah mulai dikenal sejak awal 1970-an, yang secara umum dikenal dengan *stakeholder theory* artinya sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan. *Stakeholder theory* dimulai dengan asumsi bahwa nilai (*value*) secara eksplisit dan tak dipungkiri merupakan bagian dari kegiatan usaha.

Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*-nya. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut<sup>9</sup>.

Tanggung jawab sosial perusahaan seharusnya melampaui tindakan memaksimalkan laba untuk kepentingan pemegang saham (*stakeholder*), namun lebih luas lagi bahwa kesejahteraan yang dapat diciptakan oleh perusahaan sebetulnya tidak terbatas kepada kepentingan pemegang saham, tetapi juga untuk kepentingan *stakeholder*, yaitu semua pihak yang mempunyai keterkaitan atau klaim terhadap perusahaan. Mereka adalah pemasok, pelanggan, pemerintah, masyarakat lokal, investor, karyawan, kelompok politik, dan asosiasi perdagangan. Seperti halnya pemegang saham yang mempunyai hak terhadap tindakan-tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan, *stakeholder* juga mempunyai hak terhadap perusahaan.

*Stakeholder* pada dasarnya dapat mengendalikan atau memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pemakaian sumber-sumber ekonomi yang digunakan perusahaan. Oleh karena itu *power stakeholder* ditentukan oleh besar kecilnya *power* yang dimiliki *stakeholder* atas sumber tersebut. *Power* tersebut dapat berupa kemampuan untuk membatasi pemakaian sumber ekonomi yang terbatas (modal dan tenaga kerja), akses terhadap media yang berpengaruh, kemampuan untuk mengatur perusahaan, atau kemampuan untuk mempengaruhi konsumsi atas barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan. Oleh karena itu, “ketika *stakeholder*

---

<sup>9</sup> Imam Ghazali dan Anis Chariri, *Teori Akuntansi*. Badan Penerbit Undip : Semarang, 2007, h. 409.

mengendalikan sumber ekonomi yang penting bagi perusahaan, maka perusahaan akan bereaksi dengan cara- cara yang memuaskan keinginan *stakeholder*”.

Atas dasar argumen di atas, teori *stakeholder* umumnya berkaitan dengan cara-cara yang digunakan perusahaan untuk *manage stakeholdernya*. Cara-cara yang dilakukan perusahaan untuk *manage stakeholdernya* tergantung pada strategi yang diadopsi perusahaan. Organisasi dapat mengadopsi strategi aktif atau pasif. Strategi aktif adalah apabila perusahaan berusaha mempengaruhi hubungan organisasinya dengan *stakeholder* yang dipandang berpengaruh/penting. Sedangkan perusahaan yang mengadopsi strategi pasif cenderung tidak terus menerus memonitor aktivitas *stakeholder* dan secara sengaja tidak mencari strategi optimal untuk menarik perhatian *stakeholder*. Akibat dari kurangnya perhatian terhadap *stakeholder* adalah rendahnya tingkat pengungkapan informasi sosial dan rendahnya kinerja sosial perusahaan<sup>10</sup>.

### 2.1.2 Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan

Pertanggungjawaban sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggungjawab organisasi di bidang hukum<sup>11</sup>.

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan. Harmonisasi antara perusahaan dengan masyarakat sekitarnya dapat tercapai apabila terdapat komitmen penuh dari *top management* perusahaan terhadap penerapan CSR sebagai akuntabilitas publik. Dalam era globalisasi, kesadaran akan penerapan CSR menjadi penting seiring dengan semakin maraknya kepedulian masyarakat terhadap produk (barang) yang ramah lingkungan<sup>12</sup>.

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* adalah bagian dari etika dalam berorganisasi. Jones mengemukakan bahwa etika organisasi adalah nilai-nilai moral, keyakinan, dan aturan yang menentukan bagaimana para *stakeholder* organisasi

---

<sup>10</sup> *Ibid*, h. 8.

<sup>11</sup> *Ibid*, h. 1.

<sup>12</sup> M. Arief Efeendi, *The Power Of Good Corporate Governance* Teori dan Implementasi. Jakarta: Salemba Empat, 2009, h. 107.

memperlakukan satu sama lain dalam suatu lingkungan organisasi. Etika berkembang melalui negosiasi, kompromi dan *bergaining* antar *stakeholder* organisasi sehingga muncul nilai-nilai, keyakinan maupun aturan yang dipahami dan dipraktikan bersama dalam lingkungan organisasi. Menurut Jones, perusahaan dikatakan etis apabila orang yang didalamnya juga etis. Ia juga merumuskan ukuran bagaimana seorang atau organisasi dikatakan etis, yaitu pertama, membuat keputusan atau bertindak atas dasar nilai-nilai standar yang berlaku pada lingkungan yang bersangkutan. Kedua, bersedia mengkomunikasikan keputusan tersebut kepada seluruh pihak yang terkait dengan keputusan tersebut. Ketiga, yakin bahwa orang lain mempunyai hubungan personal signifikan atau setuju dengan keputusan tersebut, kemudian keputusan tersebut diterima dengan alasan-alasan etis<sup>13</sup>.

Dalam pengertian terbatas, tanggung jawab sosial perusahaan dipahami sebagai upaya untuk tunduk dan memenuhi hukum dan aturan main yang ada. Menurut Friedman, CSR ada satu dan hanya satu tanggung jawab sosial bisnis, yaitu menggunakan seluruh sumber dayanya untuk aktivitas yang mengabdikan pada akumulasi laba. Perusahaan dalam pandangan Friedman, adalah alat dari para pemegang saham (pemilik perusahaan). Maka apabila perusahaan akan memberikan sumbangan sosial, hal itu akan dilakukan oleh individu pemilik, atau lebih luas lagi, individu para pekerja, bukan oleh perusahaan itu sendiri. Dalam pengertian luas, CSR dipahami sebagai konsep yang lebih manusiawi, dimana suatu organisasi dipandang sebagai agen moral. Oleh karena itu, dengan atau tanpa aturan hukum, sebuah elemen dalam organisasi harus menjunjung tinggi moralitas. Dengan demikian, walaupun tidak ada aturan hukum atau etika masyarakat yang mengatur, tanggung jawab sosial dapat dilakukan dengan berbagai situasi dengan mempertimbangkan hasil terbaik atau yang paling sedikit merugikan *stakeholder*-nya<sup>14</sup>.

Berdasarkan prinsip moral, tindakan tepat yang dilakukan perusahaan adalah dengan sendirinya akan memberikan manfaat terbesar bagi masyarakat karena keberadaan perusahaan tidak dapat dilepaskan dari masyarakat. Ada beberapa hal, pertama, pendiri dan pemilik perusahaan adalah individu yang merupakan bagian dari masyarakat, demikian pula dengan eksekutif dan karyawannya. Kedua, tujuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan tidak mungkin tercapai tanpa adanya masyarakat yang menjadi pasar bagi produknya (konsumen).

Agar tercipta manfaat yang lebih, maka CSR harus diimplementasikan secara sustainable

---

<sup>13</sup> *Ibid*, h. 8.

<sup>14</sup> *Ibid*.

(keberlanjutan), yang nantinya akan dilaporkan dalam bentuk *sustainable reports* (laporan berkelanjutan). *Sustainable reports* adalah laporan yang bersifat nonfinansial yang dapat dipakai sebagai acuan oleh perusahaan untuk melihat pelaporan dari dimensi sosial, ekonomi, dan lingkungan<sup>15</sup>. Keberlanjutan di bidang sosial manusia erat kaitannya dengan pemeliharaan kualitas sumber daya manusia secara individual seperti kesehatan, pendidikan, keterampilan, kepemimpinan, dan pengetahuannya. Di bidang sosial secara umum adalah suatu bentuk pemeliharaan secara kolektif, melalui partisipasi secara sistematis semua komponen masyarakat, baik dalam bentuk kerja sama komunitas, hubungan antar kelompok dalam masyarakat, pertukaran, toleransi, etika, pertemanan, kejujuran, yang berwujud pada aturan-aturan hukum dan disiplin kearah kebersamaan dan kesetaraan. Keberlanjutan di bidang lingkungan hidup dapat diartikan sebagai kepedulian manusia akan kelestarian sumber daya alam yang sangat terbatas. Manusia harus mengoptimalkan antara kebutuhan dan sumber daya yang ada serta melestarikannya dan menjamin tersedianya sumber daya bagi generasi berikutnya. Keberlanjutan dibidang ekonomi maksudnya adalah penggunaan sumber daya modal secara efisien dan menjamin produktivitas investasi dan pertumbuhan yang wajar dari seluruh sektor.

Pembangunan keberlanjutan akan terwujud jika semua pihak mendukungnya baik dari dalam perusahaan maupun luar perusahaan<sup>16</sup>. Berikut ini tabel mengenai pihak yang ikut andil dalam pembangunan keberlanjutan.

**Tabel 2.1**  
**Pihak Internal dan Eksternal**

<p>A. Di dalam perusahaan terdiri dari:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Pemilik saham/investor</li> <li>-Pensiunan karyawan</li> <li>-Pemegang dana</li> <li>-Manager penyandang dana</li> </ul>	<p>B. Karyawan terdiri dari:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Karyawan baru</li> <li>-Karyawan lama</li> <li>-Karyawan minoritas</li> <li>-Pensiunan</li> <li>-Karyawan dengan keluarganya Perusahaan</li> </ul>
<p>C. Costumer terdiri dari:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Individu pembeli</li> <li>-Pasar tradisional</li> <li>-Lembaga konsumen</li> <li>-Asosiasi konsumen</li> </ul>	<p>D. Korporat terdiri dari:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Pemasok (<i>supplier</i>)</li> <li>-<i>Competitor</i></li> <li>-Asosiasi korporat</li> <li>-Asosiasi keuangan</li> </ul>

<sup>15</sup> Effendi, *The Power Of ...*,h. 109.

<sup>16</sup> Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Kencana, 2006, h. 189.

<p>E. Komuniti terdiri dari :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Penduduk yang tinggal dekat dengan usaha</li> <li>-Asosiasi masyarakat (RT, RW, karang taruna, perkumpulan petani, dll)</li> <li>-Organisasi amal</li> <li>-Sekolah dan universitas</li> <li>-Kelompok-kelompok kepentingan</li> </ul>	<p>F. Media masa terdiri dari :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Wartawan</li> <li>-Kolumnis</li> </ul>
<p>G. Lingkungan terdiri dari :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Lingkungan alam Spesies bukan manusia</li> <li>-Generasi mendatang Ilmuan</li> <li>-Kelompok-kelompok lingkungan (GNO)</li> </ul>	<p>H. Pemerintah terdiri dari :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Pengambil keputusan (DPRD, DPR)</li> <li>-Pemerintah daerah</li> </ul>

Sumber: Faisal, 2006

Salah satu cara mengakomodir *stakeholder* terkait adalah dengan cara menjalankan program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan yang merupakan komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat secara luas melalui program yang berkesinambungan yang melibatkan semua stakeholder terkait.

Wujud Program CSR tidak hanya berupa bantuan-bantuan yang sifatnya jangka pendek, seperti bantuan pembangunan jalan, bantuan pembangunan sarana ibadah, atau bantuan perayaan hari-hari besar nasional, akan tetapi berupa program pemberdayaan masyarakat yang dalam jangka waktu yang panjang dapat memberikan perubahan kesejahteraan masyarakat, seperti: pembuatan koperasi simpan pinjam, pemberian beasiswa, program orang tua asuh bagi usaha mikro kecil menengah (UMKM) dan lain-lain.

Pelaksanaan program tanggung jawab sosial perusahaan akan memberikan dampak positif tidak hanya bagi operasional perusahaan saja, akan tetapi juga bagi kelangsungan eksistensi perusahaan untuk jangka panjang, keuntungan yang dapat diraih melalui program ini antara lain: dapat mengurangi biaya, mengurangi risiko, membentuk reputasi (nilai), membangun modal sosial, dan meningkatkan akses pasar yang lebih luas. Implementasi CSR tidak hanya sebatas pada pengguna produk saja, akan tetapi juga diimplementasikan kepada semua pihak<sup>17</sup>. Contoh implementasi CSR, pertama, sebagai warga negara korporasi yang baik, perusahaan

<sup>17</sup> Sondang P. Siagian, Manajemen Stratejik, Jakarta: Bumi Aksara, 2004, h. 134.

harus taat terhadap peraturan perundang-undangan, membayar pajak, dan sebagainya. Kedua, dalam aspek sosial yaitu dengan cara perusahaan bersedia untuk berpartisipasi dalam berbagai kegiatan sosial dan juga keagamaan yang berlangsung di lingkungan masyarakat sekitar. Ketiga, dalam aspek lingkungan yaitu dengan berupaya untuk mengurangi polusi udara, daur ulang limbah industri, tidak mencemari air, tidak membuang limbah beracun atau bahan berbahaya lainnya. Keempat, dalam aspek ekonomi dengan cara membuka lapangan pekerjaan dalam rangka mengurangi angka pengangguran, pemberian bantuan kepada organisasi-organisasi sosial yang mengurus orang miskin, orang-orang jompo, orang-orang terlantar, dan yatim piatu.

Ada beberapa manfaat bagi perusahaan dalam mengimplementasikan CSR, antara lain<sup>18</sup>:

1. Keberadaan perusahaan dapat tumbuh dan berkelanjutan. Selain itu, perusahaan juga mendapatkan citra/nilai (*image*) yang positif dari masyarakat luas.
2. Perusahaan lebih mudah memperoleh akses terhadap kapital (modal)
3. Perusahaan dapat mempertahankan sumber daya manusia (*human resources*) yang berkualitas.
4. Perusahaan dapat meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis (*critical decision making*) dan dapat mempermudah pengelolaan manajemen resiko (*risk management*).

Pandangan lebih komprehensif mengenai CSR dikemukakan oleh Carrol, 12 yang dirangkum dalam Teori Piramida Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Menurutnya, tanggung jawab sosial perusahaan dapat dilihat berdasarkan empat jenjang (ekonomis, hukum, etis, dan filantropis) yang merupakan satu-kesatuan. Untuk memenuhi tanggung jawab ekonomis, sebuah perusahaan harus menghasilkan laba sebagai fondasi untuk dapat mempertahankan eksistensinya dan berkembang. Tanggung jawab ekonomis ini merupakan hasrat paling natural dan primitif dari perusahaan sebagai organisasi bisnis untuk mendapatkan keuntungan (laba). Namun demikian, dalam mencapai tujuan mencari laba, sebuah perusahaan juga harus bertanggung jawab secara hukum dengan mentaati ketentuan hukum yang berlaku. Upaya melanggar hukum demi memperoleh laba harus ditentang sehingga perusahaan tidak menggunakan atau menghalalkan segala cara. Secara etis perusahaan berkewajiban mempraktikkan hal-hal yang baik dan benar sesuai dengan nilai-nilai etis (nilai dan norma masyarakat). Kemudian secara filantropis perusahaan dapat mengimplementasikan tanggung

---

<sup>18</sup> Effendi, *The Power Of ...*, h. 113.



jawabnya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat<sup>19</sup>.

Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting*. *Sustainability Reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). *Sustainability Reporting* meliputi pelaporan mengenai ekonomi, lingkungan dan pengaruh sosial terhadap kinerja organisasi<sup>20</sup>. *Sustainability report* harus menjadi dokumen strategik yang berlevel tinggi yang menempatkan isu, tantangan dan peluang *Sustainability Development* yang membawanya menuju kepada *core business* dan sektor industrinya.

Berkaitan dengan pelaksanaan CSR, perusahaan bisa dikelompokkan ke dalam beberapa kategori. Meskipun cenderung menyederhanakan realitas, tipologi ini menggambarkan kemampuan dan komitmen perusahaan dalam menjalankan CSR. Pengkategorian dapat memotivasi perusahaan dalam mengembangkan program CSR, dan dapat pula dijadikan cermin dan *guideline* untuk menentukan model CSR yang tepat<sup>21</sup>.

Dengan menggunakan dua pendekatan, sedikitnya ada delapan kategori perusahaan. Perusahaan ideal memiliki kategori reformis dan progresif. Tentu saja dalam kenyataannya, kategori ini bisa saja saling bertautan.

1. Berdasarkan proporsi keuntungan perusahaan dan besarnya anggaran CSR:

- Perusahaan Minimalis. Perusahaan yang memiliki profit dan anggaran CSR yang rendah. Perusahaan kecil dan lemah biasanya termasuk kategori ini.
- Perusahaan Ekonomis. Perusahaan yang memiliki keuntungan tinggi, namun anggaran CSR-nya rendah. Perusahaan yang termasuk kategori ini adalah perusahaan besar, namun pelit.
- Perusahaan Humanis. Meskipun profit perusahaan rendah, proporsi anggaran CSRnya relatif tinggi. Perusahaan pada kategori ini disebut perusahaan dermawan atau baik hati.
- Perusahaan Reformis. Perusahaan ini memiliki profit dan anggaran CSR yang tinggi. Perusahaan seperti ini memandang CSR bukan sebagai beban, melainkan sebagai peluang untuk lebih maju (Gambar 2.1).

2. Berdasarkan tujuan CSR: apakah untuk promosi atau pemberdayaan masyarakat:

- Perusahaan Pasif. Perusahaan yang menerapkan CSR tanpa tujuan jelas, bukan untuk

---

<sup>19</sup> Nursahid, Tanggung ..., h.14.

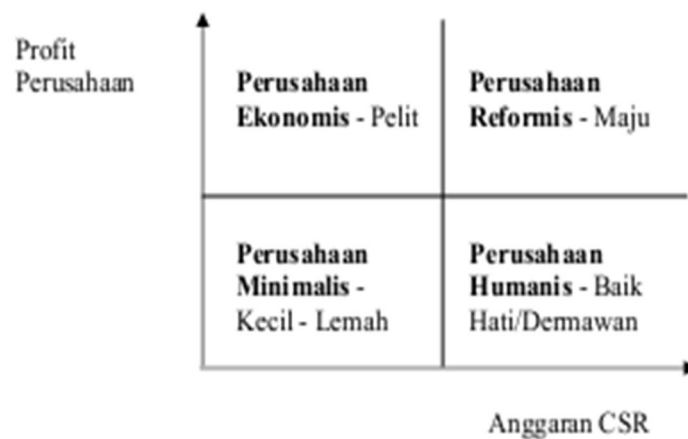
<sup>20</sup> Anggraini, "Pengungkapan ..., h. 2.

<sup>21</sup>Edi Suharto, *Corporate Social Responsibility : What is and Benefit for Corporate*. <http://www.policy.hu/suharto>, 2007, Diakses tanggal 30 September 2014.

promosi, bukan pula untuk pemberdayaan, sekadar melakukan kegiatan karitatif. Perusahaan seperti ini melihat promosi dan CSR sebagai hal yang kurang bermanfaat bagi perusahaan.

- Perusahaan Impresif. CSR lebih diutamakan untuk promosi daripada untuk pemberdayaan. Perusahaan seperti ini lebih mementingkan ”tebar pesona” daripada ”tebar karya”.
- Perusahaan Agresif. CSR lebih ditujukan untuk pemberdayaan daripada promosi. Perusahaan seperti ini lebih mementingkan karya nyata daripada tebar pesona.
- Perusahaan Progresif. Perusahaan menerapkan CSR untuk tujuan promosi dan sekaligus pemberdayaan. Promosi dan CSR dipandang sebagai kegiatan yang bermanfaat dan menunjang satu-sama lain bagi kemajuan perusahaan (Gambar 2.2).

**Gambar 2.1**  
**Kategori Perusahaan Berdasarkan Profit Perusahaan dan Anggaran CSR**



Sumber : Suharto (2007)

**Gambar 2.2**  
**Kategori Perusahaan Berdasarkan Tujuan CSR**



Sumber : Suharto (2007)

### 2.1.3 Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Menurut Martin Freedman, dalam Henny dan Murtanto (2001) dalam Kuntari dan Sulistyani (2007), ada tiga pendekatan dalam pelaporan kinerja sosial, yaitu<sup>22</sup> :

#### 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 menjadi empat kelompok sebagai berikut :

##### a. *Inventory Approach*

Perusahaan mengkompilasikan dan mengungkapkan sebuah daftar yang komprehensif dari aktivitas-aktivitas sosial perusahaan. Daftar ini harus memuat semua aktivitas sosial perusahaan

---

<sup>22</sup> Y. Kuntari dan A. Sulistyani, "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan Indeks Letter Quality (LQ 45) Tahun 2005", dalam *ASET*. Volume 9 Nomor 2. Agustus 2007: 494-515.

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. Gray, *et al.*, dalam Florence, *et al.*, 2004 menyebutkan ada tiga studi, yaitu<sup>23</sup> :

*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, *perusahaaner* 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*.

---

<sup>23</sup> Florence Devina, *et.al.*, "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan Go Public di Bursa Efek Jakarta (BEJ)", dalam *Jurnal Maksu*. Volume 4. Agustus 2004 : 161-177.

*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 rating yang dibuat oleh CSRHub. CSRHub adalah sebuah jaringan berbasis organisasi yang telah memelopori pemberian peringkat terhadap 14.411 perusahaan dari 128 negara di dunia. Penelitian ini menggunakan 4 indikator pengungkapan yang digunakan di dalam CSRHub, yaitu<sup>24</sup> :

1. Indikator Kinerja Komunitas (*community performance indicator*)
2. Indikator Kinerja Lingkungan (*environment performance indicator*)
3. Indikator Kinerja Tenaga Kerja (*labor practices performance indicator*)
4. Indikator Tata Kelola Perusahaan (*governance performance indicator*)

### **2.1.3 Corporate Social Responsibility Dalam Pandangan Islam**

Dilihat dari kacamata etika bisnis Islam, program *Corporate Social Responsibility* merupakan pengejawantahan dari konsep ajaran ihsan sebagai puncak dari ajaran etika yang sangat mulia. Ihsan dapat didefinisikan sebagai suatu pelaksanaan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan terhadap orang lain, tanpa mengharap balas jasa dari perbuatan itu. Islam mengajarkan kita untuk selalu berbuat baik, sebagaimana Firman Allah dalam Al-Qur'an:

---

<sup>24</sup> [www.csrhub.com](http://www.csrhub.com)

وَأَنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ وَأَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ  
الْمُحْسِنِينَ

“ Dan belanjakanlah (harta bendamu) di jalan Allah, dan janganlah kamu menjatuhkan dirimu sendiri ke dalam kebinasaan, dan berbuat baiklah, karena Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik. ” (Q.S.:Al-Baqarah (2) 195)<sup>25</sup>.

T.M. Hasby Siddiqi berpendapat bahwa perbuatan baik/ihsan lebih penting daripada perbuatan adil. Menurutnya perbuatan adil hanya merupakan *the corner stone of society*, sedangkan perbuatan ihsan merupakan *beauty and perfection* dalam kehidupan masyarakat. Dengan tindakan ihsan, kehidupan akan terasa indah dan sempurna dengan bertabur kebajikan yang menyejukan semua pihak, karena yang berlebih (mampu/kaya) secara ikhlas mau berbagi rasa dengan yang kekurangan (lemah/miskin). Dengan demikian dalam ajaran ihsan terdapat nilai moral altruistic yang menempatkan kepentingan orang lain di atas kepentingan diri sendiri<sup>26</sup>.

Disamping itu program CSR juga merupakan implikasi dari ajaran kepemilikan dalam Islam. Allah adalah pemilik mutlak (*haqiqiyah*), sedangkan manusia hanya sebatas pemilik sementara (*temporer*) yang berfungsi sebagai penerima amanah. Menurut Ahmad, Allah sebagai pemilik mutlak memberikan mandat kepada manusia untuk menjadi khalifah-Nya dan penerima karunia-Nya. Manusia didorong untuk berbuat ihsan (baik) dan dilarang membuat kerusakan di muka bumi, sebagai mana firman-Nya:

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنَ كَمَا أَحْسَنَ  
اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

“Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah

<sup>25</sup> Al Qur'an Karim, 2012, Kemenag RI

<sup>26</sup> Muhammad Djakfar, Etika Bisnis dalam Perspektif Islam. Malang: UIN Malang Press, 2007, h.160.

*kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan. (QS. Al-Qashash:28 Ayat 77)*<sup>27</sup>.

Manusia dalam hal ini juga memiliki dua dimensi tanggung jawab yaitu, pertama, tanggung jawab yang menyatu dengan status kekhalifahan manusia (keberadaan sebagai wakil Tuhan di muka bumi). Kedua, konsep tanggung jawab dalam Islam pada dasarnya bersifat sukarela dan tidak dicampuradukkan dengan pemaksaan. Berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan, konsep ini mengajarkan bahwa CSR bukanlah suatu paksaan, akan tetapi suatu yang bersifat sukarela, walaupun dalam kenyataan terdapat Undang-undang yang mengaturnya dan mewajibkannya.

Sebagai khalifah di bumi ini manusia dibekali kemampuan salah satunya diberi perbekalan hidup berupa harta. Hanya saja konsep kepemilikan harta oleh manusia yang tanpa batas jelas tidak dibenarkan dalam Islam. Dengan begitu Al-Qur'an telah mengutuk kaum Nabi Syu'aib yang mengambil sikap demikian itu:

قَالُوا يَا شُعَيْبُ أَصْلَابُكَ تَأْمُرُكَ أَنْ نَتْرُكَ مَا يَعْبُدُ آبَاؤُنَا أَوْ أَنْ نَفْعَلَ فِي أَمْوَالِنَا

مَا نَشَاءُ إِنَّكَ لَأَنْتَ الْحَلِيمُ الرَّشِيدُ

*Mereka berkata: "Hai Syu'aib, apakah sembahyangmu menyuruh kamu agar kami meninggalkan apa yang disembah oleh bapak-bapak kami atau melarang kami memperbuat apa yang kami kehendaki tentang harta kami. Sesungguhnya kamu adalah orang yang sangat Penyantun lagi berakal" (QS. Hud: 11 Ayat 87)*<sup>28</sup>

Dalam sistem kapitalis, pemilik harta merasa menjadi pemilik absolut sehingga mereka merasa bebas mencari harta dan mempergunakannya sesuai yang dikehendaki tanpa memperhatikan nilai-nilai moral dan agama. Oleh karena itu, dalam kapasitasnya sebagai pemilik absolut, Allah telah menentukan kadar bagi pemilik sementara tentang apa yang harus dibagikan kepada segmen masyarakat tertentu. Kepada pemilik sementara ini, Allah perintahkan untuk mendistribusikan bagian yang dimiliki kepada orang-orang yang berhak menerimanya, karena sebagian dari harta itu ada hak bagi mereka. Justru karena itu Islam

<sup>27</sup> Teungku Muhammad Hasbi Ash-Shiddieqy, Tafsir Al-Qur'anul Majid An-Nuur, Vol. 4. Semarang: Pustaka Rizqi Putra, 2000, h. 3091-3092.

<sup>28</sup> Muhammad Nasib Ar-Rifa'i, 1999, Kemudahan dari Allah: ringkasan tafsir Ibnu Katsir, Jakarta: Gema Insani Press, 1999, h. 812.

sangat menekankan ajaran filantropi untuk memberi ruang dan kesempatan kepada seorang muslim yang berkelebihan berbagi rasa dengan orang lain.

Menurut Steiner, terdapat sejumlah alasan mengapa perusahaan memiliki program-program filantropik atau kedermawanan sosial, yaitu: pertama, untuk mempraktikkan konsep “*good corporate citizenship*” (perilaku perusahaan kepada stakeholder), kedua, untuk meningkatkan kualitas hidup, dan ketiga, untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia terdidik. Zakat merupakan contoh ajaran filantropi yang diwajibkan kepada setiap pemeluk Islam yang berkemampuan, di samping itu pula ada yang disunnahkan seperti pemberian wakaf, infak, sedekah dan bentuk kebajikan lainnya. Betapa besar kepedulian Islam terhadap orang-orang yang sepatutnya dibantu (*mustad'afin*) antara lain sebagaimana sabda Rasulullah SAW: “tidaklah beriman kepadaku, orang yang tidur kekenyangan di malam hari, sementara tetangganya sedang ditimpa kelaparan padahal dia tahu”. Substansi ajaran ini mengingatkan kepada umat Islam agar mempunyai kepekaan terhadap orang lain, karena hal itu merupakan parameter kadar Iman seorang terhadap Tuhannya selaku pemilik mutlak alam semesta beserta isinya. Bukankah ajaran filantropi seperti ini secara substantif bisa diimplementasikan melalui sebuah institusi bisnis yang antara lain dalam bentuk program CSR<sup>29</sup>.

Berangkat dari ajaran Islam itu, seorang pembisnis muslim sejatinya dapat mengaplikasikan secara konsisten (*istiqomah*) kehendak pemilik mutlak dengan tidak menjerumuskan diri ke dalam ajaran kapitalis yang individualistis dan ajaran komunis yang terlalu mementingkan nilai kebersamaan. Seharusnya ia mampu menyeimbangkan antara dua kepentingan secara proporsional yaitu kepentingan diri (*corporate*) dan orang lain (*stakeholder*). Antara kepentingan ekonomi dan sosial, sekaligus tuntutan moral yang mengandung nilai kebajikan baik dihadapan manusia maupun Allah S.W.T.

#### **2.1.4 Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai nilai pasar, seperti halnya penelitian yang pernah dilakukan oleh Nurlela dan 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

---

<sup>29</sup> Nursahid, Tanggung ..., h.21.



ataupun komisaris<sup>30</sup>.

Samuel (2000) dalam Nurlala dan Islahuddin (2008) menjelaskan bahwa *enterprise value* (EV) atau dikenal juga sebagai *firm value* (nilai perusahaan) merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Sedangkan Wahyudi (2005) dalam Nurlala dan Islahuddin (2008) menyebutkan bahwa nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli andai perusahaan tersebut dijual<sup>31</sup>.

Dalam penilaian perusahaan terkandung unsur proyeksi, asuransi, perkiraan, dan *judgment*. Ada beberapa konsep dasar penilaian yaitu : nilai ditentukan untuk suatu waktu atau periode tertentu; nilai harus ditentukan pada harga yang wajar; penilaian tidak dipengaruhi oleh kelompok pembeli tertentu. Secara umum banyak metode dan teknik yang telah dikembangkan dalam penilaian perusahaan, di antaranya adalah : a) pendekatan laba antara lain metode rasio tingkat laba atau *price earning ratio*, metode kapitalisasi proyeksi laba; b) pendekatan arus kas antara lain metode diskonto arus kas; c) pendekatan dividen antara lain metode pertumbuhan dividen; d) pendekatan aktiva antara lain metode penilaian aktiva; e) pendekatan harga saham; f) pendekatan *economic value added*<sup>32</sup>.

Pada dasarnya tujuan manajemen keuangan adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Akan tetapi di balik tujuan tersebut masih terdapat konflik antara pemilik perusahaan dengan penyedia dana sebagai kreditur. Jika perusahaan berjalan lancar, maka nilai saham perusahaan akan meningkat, sedangkan nilai hutang perusahaan dalam bentuk obligasi tidak terpengaruh sama sekali. Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai dari saham kepemilikan bisa merupakan indeks yang tepat untuk mengukur tingkat efektifitas perusahaan. Berdasarkan alasan itulah, maka tujuan manajemen keuangan dinyatakan dalam bentuk maksimalisasi nilai saham kepemilikan perusahaan, atau memaksimalkan harga saham. Tujuan memaksimalkan harga saham tidak berarti bahwa para manajer harus berupaya mencari kenaikan nilai saham dengan mengorbankan para pemegang obligasi.

---

<sup>30</sup> Rika Nurlala dan Islahudin, "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel *Moderating*", dalam Simposium Nasional Akuntansi XI Pontianak, 2008, h. 7.

<sup>31</sup> *Ibid*

<sup>32</sup> Michell Suharli, "Studi Empiris terhadap Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Go Public* di Indonesia", dalam Jurnal Maksi, Volume 6 Nomor 1. Januari 2002. h. 23-41.

Ada beberapa indikator yang mempengaruhi nilai perusahaan, antara lain<sup>33</sup>:

#### 1. PER (*Price Earning Ratio*)

Menurut Hirt, dalam menilai sebuah saham dapat menunjuk pada penerapan earning per share. PER berfungsi untuk melihat harga pasar saham relatif terhadap *earning*-nya. Semakin tinggi PER semakin tinggi pertumbuhan perusahaan, dan sebaliknya semakin rendah PER maka semakin rendah pula pertumbuhan perusahaan.

#### 2. Rasio *Dividen Yield*

Rasio ini merupakan sebagian dari total *return* yang akan diperoleh investor. Bagian *return* yang lain adalah *capital gain*, yang diperoleh dari selisih positif antara harga jual dan beli. Dan apabila selisih negatif yang terjadi, maka terjadi *capital loss*. Biasanya perusahaan yang mempunyai prospek pertumbuhan yang tinggi akan mempunyai *dividen yield* yang rendah, karena dividen sebagian besar akan diinvestasikan kembali. Kemudian, karena perusahaan dengan prospek yang tinggi akan mempunyai harga pasar yang tinggi, yang berarti pembagiannya tinggi maka dividen yield untuk perusahaan semacam itu akan cenderung lebih rendah (kecil).

#### 3. Pembayaran Dividen (*Dividen Pay Out Ratio*).

Rasio pembayaran dividen merupakan rasio untuk melihat bagian pendapatan yang dibayarkan sebagai dividen kepada investor. Bagian lain yang tidak dibagikan akan diinvestasikan kembali ke perusahaan. Perusahaan yang mempunyai tingkat pertumbuhan yang tinggi akan mempunyai rasio pembayaran dividen yang rendah, sebaliknya, perusahaan yang mempunyai tingkat pertumbuhan rendah akan mempunyai rasio pembayaran dividen yang tinggi. Pembayaran dividen juga merupakan bagian dari kebijakan dividen perusahaan.

#### 4. PBV (*Price Book Value*)

Nilai pasar dari ekuitas mencerminkan harapan investor terhadap *earning*-nya dan arus kas perusahaan di masa yang akan datang. Sedangkan nilai buku dari ekuitas merupakan selisih antara nilai buku aset dan nilai buku kewajiban, dimana hal ini lebih banyak ditentukan oleh aturan konvensi akuntansi. Nilai buku suatu aset diperoleh dari pengurangan harga perolehan aset dikurangi dengan penyusutan aset tersebut. Sehingga hal ini memberikan konsekuensi bahwa nilai buku akan semakin berkurang seiring dengan berjalannya waktu. Hal ini akan memberikan dampak signifikan terhadap perbedaan nilai buku dengan nilai pasar.

Ada beberapa alasan mengapa investor menggunakan rasio harga terhadap nilai buku (PBV) dalam analisis investasinya, pertama, nilai buku sifatnya relatif stabil. Bagi investor yang kurang percaya terhadap estimasi arus kas, maka nilai buku merupakan cara paling sederhana

---

<sup>33</sup> Mamduh M. Hanafi, Manajemen Keuangan. Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta, 2005, h. 42-43.

untuk membandingkannya. Kedua, Adanya praktik akuntansi yang relatif standar di antara perusahaan-perusahaan menyebabkan PBV dapat dibandingkan antar berbagai perusahaan yang akhirnya dapat memberikan signal apakah nilai perusahaan *under* atau *overvaluation*. Terakhir, pada kasus perusahaan yang memiliki *earning* negatif maka tidak memungkinkan untuk mempergunakan PER, sehingga penggunaan PBV dapat menutupi kelemahan yang ada pada PER dalam kasus ini.

Namun ada beberapa kekurangan sehubungan dengan rasio PBV yakni: satu, nilai buku sangat dipengaruhi oleh kebijakan akuntansi yang diterapkan oleh perusahaan. Apabila penggunaan standar akuntansi yang berbeda diantara perusahaan-perusahaan maka ini akan mengakibatkan rasio PBV tidak dapat diperbandingkan. Kedua, nilai buku mungkin tidak banyak artinya bagi perusahaan berbasis teknologi dan jasa karena perusahaan-perusahaan tersebut tidak memiliki aset nyata yang signifikan. Ketiga, nilai buku dari ekuitas akan menjadi negatif bila perusahaan selalu mengalami *earning* yang negatif sehingga akan mengakibatkan nilai rasio PBV juga negatif.

Rasio PBV dihitung dengan membagi nilai pasar dari saham dibagi dengan nilai buku dari ekuitas saat ini. Penggunaan rumus yang berbasis pada nilai perlembar saham akan menimbulkan masalah apabila terdapat berbagai tipe kelas saham yang beredar, dimana harga perlembar saham akan berbeda untuk masing-masing dari tipe kelas dari saham.

Seharusnya nilai saham preferen tidak dimasukkan dalam menghitung nilai buku ekuitas. Untuk menghadapi permasalahan ini, maka dalam menghitung PBV dapat dihitung dengan membagi nilai pasar ekuitas dengan nilai buku ekuitas. Rasio tersebut mengukur nilai yang diberikan pasar keuangan kepada manajemen dan organisasi perusahaan sebagai sebuah perusahaan yang terus tumbuh. Nilai pasar/nilai buku (M/B) merupakan suatu indikator yang dipakai investor untuk mengukur tingkat ketertarikan pada saham tertentu. Semakin tinggi rasio M/B semakin tinggi pula minat investor untuk membeli saham tersebut.

Rasio Nilai Pasar/Nilai Buku (*Market to Book Value Ratio* – M/B) merupakan perbandingan harga penutupan saham (*closing per share common stock*) dengan nilai buku saham biasa (*book value per share common stock*). Harga penutupan saham diketahui dari penentuan oleh BEI atas transaksi yang terjadi. Sedangkan nilai buku (BV) dihitung dengan membandingkan antara modal dengan jumlah saham yang beredar.

Herwidayatmo mengatakan nilai perusahaan dapat dilihat melalui nilai pasar atau nilai buku perusahaan dari ekuitasnya. Ia menambahkan dalam neraca keuangan, ekuitas menggambarkan total modal perusahaan. Selain itu, nilai pasar bisa menjadi ukuran nilai

perusahaan. Penilaian terhadap perusahaan tidak hanya mengacu pada nilai nominal. Menurutnya kondisi perusahaan mengalami banyak perubahan setiap waktu secara signifikan. Sebelum krisis nilai perusahaan dan nominalnya cukup tinggi. Tapi setelah krisis kondisi perusahaan merosot sementara nilai nominalnya tetap.

Suatu perusahaan dikatakan mempunyai nilai yang baik jika kinerja perusahaan juga baik. Nilai perusahaan dapat tercermin dari harga sahamnya. Jika nilai sahamnya tinggi bisa dikatakan nilai perusahaannya juga baik. Karena tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham<sup>34</sup>.

### 2.1.5 Profitabilitas

Profitabilitas adalah faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan kepada pemegang saham program tanggung jawab sosial secara lebih luas<sup>35</sup>. Hubungan antara profitabilitas perusahaan dengan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan telah menjadi postulat (anggapan dasar) untuk mencerminkan pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajerial. Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi<sup>36</sup>.

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan mencerminkan suatu pendekatan manajemen *adaptive* dalam menghadapi lingkungan yang dinamis dan multidimensional serta kemampuan untuk mempertemukan tekanan sosial dengan reaksi kebutuhan masyarakat. Dengan demikian, ketrampilan manajemen perlu dipertimbangkan untuk *survive* dalam lingkungan perusahaan masa kini.

Menurut Petronila dan Mukhlisin (2003) dalam Wahidahwati (2002) profitabilitas merupakan gambaran dari kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan. Ukuran profitabilitas dapat berbagai macam seperti : laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi/aktiva, dan tingkat pengembalian ekuitas pemilik. Ang (1997) dalam Wahidahwati (2002) mengungkapkan bahwa rasio profitabilitas atau rasio rentabilitas menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Keuntungan yang layak dibagikan kepada pemegang saham adalah keuntungan setelah bunga dan pajak. Semakin

---

<sup>34</sup> Wahidahwati, "Pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional pada Kebijakan Utang Perusahaan : Sebuah Perspektif Teori Agensi", dalam JRAI, Volume 5 Nomor 1. Januari 2002, h. 1-16.

<sup>35</sup> *Ibid*, h. 17.

<sup>36</sup> Anggraini, "Pengungkapan ...", h. 2.

besar keuntungan yang diperoleh semakin besar kemampuan perusahaan untuk membayarkan dividennya. Para manajer tidak hanya mendapatkan dividen, tapi juga akan memperoleh *power* yang lebih besar dalam menentukan kebijakan perusahaan. Dengan demikian semakin besar dividen (*dividend payout*) akan semakin menghemat biaya modal, di sisi lain para manajer (*insider*) menjadi meningkat *powernya* bahkan bisa meningkatkan kepemilikannya akibat penerimaan dividen sebagai hasil keuntungan yang tinggi. Jadi, profitabilitas menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya<sup>37</sup>.

Rasio profitabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan (profitabilitas) pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu. Ada beberapa rasio yang dihitung dalam rasio profitabilitas, yaitu<sup>38</sup>:

### 1. Profit Margin

Rasio ini digunakan untuk menghitung sejauh mana kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu. Rasio ini juga bisa diinterpretasikan sebagai kemampuan perusahaan menekan biaya-biaya (ukuran efisiensi) di perusahaan pada periode tertentu. Semakin tinggi Profit Margin menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang tinggi pada tingkat penjualan tertentu. Secara umum, profit margin yang rendah menunjukkan ketidakefisienan manajemen. Berikut ini adalah rumus untuk menghitung Profit Margin :

$$\text{Profit Margin} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}}$$

### 2. Return On Asset (ROA)

Rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aset tertentu. ROA sering disebut juga ROI (Return On Investment). Semakin tinggi rasio ini maka semakin baik pula efisiensi dan efektivitas pengelolaan aset. ROA merupakan hasil pembagian laba sebelum pajak dengan *total asset* yang dinyatakan dalam %<sup>39</sup>. Berikut rumus untuk menghitung ROA:

---

<sup>37</sup> Wahidahwati, "Pengaruh ..., h. 1-16.

<sup>38</sup> Hanafi, Manajemen ..., h. 42-43.

<sup>39</sup> Bambang Susilo D., Pasar Modal Mekanisme Perdagangan Saham, Analisis Sekuritas, dan Strategi Investasi Di Bursa Efek Indonesia (BEI), Yogyakarta: UUP STIM YKPN, 2009, h. 70.

$$\text{Return on Asset} = \frac{\text{Profit Before Income Tax}}{\text{Total Aktiva}}$$

### 3. *Return On Equity* (ROE)

Rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan modal tertentu. Rasio ini merupakan ukuran profitabilitas dilihat dari sudut pemegang saham. ROE merupakan hasil pembagian antara net profit dengan equity yang dinyatakan dalam %. Semakin tinggi ROE menunjukkan tingkat profitabilitas yang tinggi. ROE dapat dihitung dengan rumus :

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Modal Saham}}$$

Berpijak pada penelitian sebelumnya yang menggunakan ROA sebagai indikator dari profitabilitas, yaitu: penelitian yang dilakukan oleh Hari, tentang Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, *Leverage*, Aktivitas, Ukuran Perusahaan, dan *Corporate Governance* terhadap Praktik Pengungkapan *Sustainability Report*<sup>40</sup>. Nia, tentang Analisis Pengaruh Insider Ownership, *Leverage*, Profitabilitas, *Firm Size*, dan *Dividen Payout Ratio* Terhadap Nilai Perusahaan. Dimana hasil penelitian tadi ROA konsisten berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan<sup>41</sup>. Penelitian ini tetap mempertahankan ROA sebagai indikator profitabilitas karena objek yang dijadikan sampel penelitian berbeda dengan penelitian sebelumnya.

#### 2.1.6 Pasar Modal Syariah

Pasar Modal Syariah dapat diartikan sebagai pasar modal yang menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam kegiatan transaksi ekonomi dan terlepas dari hal-hal yang dilarang seperti:

---

<sup>40</sup> Hari Suryono Widiyanto, Hari, Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, *Leverage*, Aktivitas, Ukuran Perusahaan, Dan *Corporate Governance* Terhadap Praktik Pengungkapan Sustainability Report ( Studi Pada Perusahaan – Perusahaan yang *Listed (Go-Public)* di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2007 - 2009 ) , Skripsi S1 Akuntansi Semarang: Perpustakaan FEB Undip, 2011, t.d.

<sup>41</sup> Nia Hardiyanti, Analisis Pengaruh *Insider Ownership*, *Leverage*, Profitabilitas, *Firm Size* dan *Dividen Payout Ratio* Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Tahun 2007-2010, Skripsi S1 Manajemen, Semarang: Perpustakaan FEB Undip, 2012, t.d.

riba, perjudian, spekulasi dan lain-lain. Pasar modal syariah secara resmi diluncurkan pada tanggal 14 Maret 2003 bersamaan dengan penandatanganan MOU antara BAPEPAM-LK dengan Dewan Syariah Nasional – Majelis Ulama Indonesia (DSN – MUI). Walaupun secara resmi diluncurkan pada tahun 2003, namun instrumen pasar modal syariah telah hadir di Indonesia pada tahun 1997. Hal ini ditandai dengan peluncuran Danareksa Syariah pada 3 Juli 1997 oleh PT. Danareksa *Investment Management*. Selanjutnya Bursa Efek Indonesia berkerjasama dengan PT. Danareksa *Investment Management* meluncurkan Jakarta *Islamic Index* pada tanggal 3 Juli 2000 yang bertujuan untuk memandu investor yang ingin menanamkan dananya secara syariah. Dengan hadirnya indeks tersebut, maka para pemodal telah disediakan saham-saham yang dapat dijadikan sarana berinvestasi dengan penerapan prinsip syariah. Perkembangan selanjutnya, instrumen investasi syariah di pasar modal terus bertambah dengan kehadiran Obligasi Syariah PT. Indosat Tbk. pada awal September 2002. Instrumen ini merupakan obligasi syariah pertama dan dilanjutkan dengan penerbitan obligasi syariah lainnya. Pada tahun 2004, terbit untuk pertama kali obligasi syariah dengan akad sewa atau dikenal dengan obligasi syariah Ijarah. Selanjutnya, pada tahun 2006 muncul instrumen baru yaitu Reksa Dana Indeks dimana indeks yang dijadikan sebagai *underlying* adalah Indeks JII<sup>42</sup>.

Perhitungan JII dilakukan PT Bursa Efek Indonesia dengan menggunakan metode perhitungan indeks yang ditetapkan dengan bobot kapitalisasi pasar (*Market Capitalization Weight*). Perhitungan indeks ini juga mencakup penyesuaian-penyesuaian (*adjustment*) yang dilakukan oleh adanya perubahan terhadap data emiten yaitu *corporate action*. JII menggunakan tanggal perhitungan 1 Januari 1995 dengan nilai awal 100. Dengan indeks ini diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan investor untuk mengembangkan investasi secara syariah<sup>43</sup>.

### 2.1.7 Saham Syariah

Saham merupakan surat berharga yang merepresentasikan penyertaan modal ke dalam suatu perusahaan. Sementara dalam prinsip syariah, penyertaan modal dilakukan pada perusahaan-perusahaan yang tidak melanggar prinsip-prinsip syariah, seperti bidang perjudian, riba, memproduksi barang yang diharamkan seperti bir, dan lain-lain.

Di Indonesia, prinsip-prinsip penyertaan modal secara syariah tidak diwujudkan dalam bentuk saham syariah maupun non-syariah, melainkan berupa pembentukan indeks saham yang memenuhi prinsip-prinsip syariah. Dalam hal ini, di Bursa Efek Indonesia terdapat *Jakarta*

---

<sup>42</sup> [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

<sup>43</sup> Nurul Huda dan Mustafa Edwin Nasution, *Investasi pada Pasar Modal Syariah*. Kencana Prenada Media Group, 2007, h. 57.

*Islamic Index* (JII) yang merupakan 30 saham yang memenuhi kriteria syariah yang ditetapkan Dewan Syariah Nasional (DSN). Indeks JII dipersiapkan oleh PT Bursa Efek Indonesia (BEI) bersama dengan PT Danareksa *Investment Management* (DIM). *Jakarta Islamic Index* dimaksudkan untuk digunakan sebagai tolok ukur (*benchmark*) untuk mengukur kinerja suatu investasi pada saham dengan basis syariah .

Melalui indeks ini diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan investor untuk mengembangkan investasi dalam ekuiti secara syariah. *Jakarta Islamic Index* terdiri dari 30 jenis saham yang dipilih dari saham-saham yang sesuai dengan Syariah Islam. Penentuan kriteria pemilihan saham dalam *Jakarta Islamic Index* melibatkan pihak Dewan Pengawas Syariah PT Danareksa Investment Management.

Saham-saham yang masuk dalam Indeks Syariah adalah emiten yang kegiatan usahanya tidak bertentangan dengan syariah seperti<sup>44</sup> :

1. Usaha perjudian dan permainan yang tergolong judi atau perdagangan yang dilarang.
2. Usaha lembaga keuangan konvensional (ribawi) termasuk perperusahaan dan asuransi konvensional.
3. Usaha yang memproduksi, mendistribusi serta memperdagangkan makanan dan minuman yang tergolong haram.
4. Usaha yang memproduksi, mendistribusi dan/atau menyediakan barang-barang ataupun jasa yang merusak moral dan bersifat mudarat.

Selain itu, semua saham yang diterbitkan memiliki hak yang sama. Saham adalah bukti kepemilikan atas sebuah perusahaan, maka peran setiap pemilik saham ditentukan dari jumlah lembar saham yang dimilikinya. Namun, pada kenyataannya ada perusahaan yang menerbitkan dua macam saham, yaitu saham biasa dan saham preferen yang tidak punya hak suara namun punya hak untuk mendapatkan deviden yang sudah pasti. Tentunya hal ini bertentangan dengan aturan syariat tentang bagi hasil. Maka saham yang sesuai syariat adalah saham yang setiap pemiliknya memiliki hak yang proporsional dengan jumlah lembar saham yang dimilikinya.

Selain kriteria di atas, dalam proses pemilihan saham yang masuk JII, Bursa Efek Indonesia melakukan tahap-tahap pemilihan yang juga mempertimbangkan aspek likuiditas dan kondisi keuangan emiten, yaitu<sup>45</sup> :

1. Memilih kumpulan saham dengan jenis usaha utama yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan sudah tercatat lebih dari 3 bulan (kecuali termasuk dalam 10 kapitalisasi besar).
2. Memilih saham berdasarkan laporan keuangan tahunan atau tengah tahun berakhir yang

---

<sup>44</sup> [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

<sup>45</sup> *Ibid*



memiliki rasio kewajiban terhadap aktiva maksimal sebesar 90%.

3. Memilih 60 saham dari susunan saham di atas berdasarkan urutan rata-rata kapitalisasi pasar (*market capitalization*) terbesar selama satu tahun terakhir.
4. Memilih 30 saham dengan urutan berdasarkan tingkat likuiditas rata-rata nilai perdagangan reguler selama satu tahun terakhir.

Pengkajian ulang akan dilakukan 6 bulan sekali dengan penentuan komponen indeks pada awal bulan Januari dan Juli setiap tahunnya. Sedangkan perubahan pada jenis usaha emiten akan dimonitoring secara terus menerus berdasarkan data-data publik yang tersedia.

### 2.1.8 Penelitian Terdahulu

Penelitian empiris terdahulu terkait topik, antara lain :

1. Sri Rahayu meneliti tentang Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* Sebagai Variabel Pemoderasi, dengan studi kasusnya pada saham-saham perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, serta *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* bukan Variabel Pemoderasi<sup>46</sup>.
2. Ferry Khusnul Mubarok meneliti tentang pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Profitabilitas terhadap nilai perusahaan yang tercatat JII<sup>47</sup>. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. CSR dan profitabilitas secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu:

1. Penelitian yang dilakukan Sri Rahayu berjudul Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* Sebagai Variabel Pemoderasi, dengan studi kasusnya pada saham-saham perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2007-2009, sedangkan studi kasus penelitian ini pada saham-saham *Jakarta Islamic Index* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Alasan penulis memilih objek penelitian *Jakarta Islamic Index* karena JII

---

<sup>46</sup> Rahayu, Sri, Pengaruh kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Dan *Good Corporate Governance* Sebagai Variabel Pemoderasi. Skripsi S1 Akuntansi , Perpustakaan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Undip, 2010, t.d.

<sup>47</sup> Ferry Khusnul Mubarok, Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. Skripsi S1 Ekonomi Islam, Perpustakaan IAIN Walisongo, 2013, t.d.

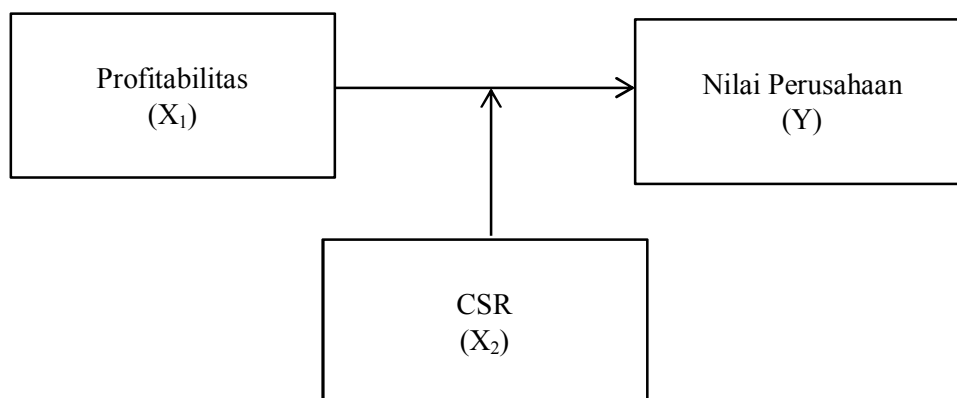
merupakan indeks saham perusahaan yang memenuhi kriteria investasi di pasar modal berdasarkan sistem Syariah Islam sehingga, mendapatkan perhatian yang cukup besar terhadap kebangkitan ekonomi Islam saat ini. Saham-saham tersebut juga merupakan saham-saham dengan kapitalisasi besar. sehingga penelitian terhindar dari potensi penggunaan saham tidur.

2. Ferry Khusnul Mubarak meneliti tentang pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Profitabilitas terhadap nilai perusahaan yang tercatat JII tahun 2009-2011. Penelitiannya menggunakan regresi berganda dan belum mencoba menggunakan variabel moderasi, sedangkan penelitian ini mencoba menguji kembali hipotesis penelitian Sri Rahayu dengan perbedaan pada studi kasusnya.
3. Periode penelitian yang digunakan yaitu tiga tahun pengamatan yaitu 2012, 2013 dan 2014 berbeda dengan semua periode penelitian sebelumnya.
4. Pengungkapan CSR pada penelitian sebelumnya diukur dengan menggunakan indeks GRI, sedangkan pada penelitian ini CSR diukur berdasarkan peringkat yang dibuat oleh CSRhub.

## 2.2 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan sebelumnya dan telaah pustaka, maka variabel yang terkait dalam penelitian ini dapat dirumuskan melalui suatu kerangka pemikiran sebagai berikut :

**Gambar 2.3**  
**Kerangka Pemikiran**



## 2.3 Perumusan Hipotesis

### 2.3.1 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Para investor melakukan *overview* suatu perusahaan dengan melihat rasio keuangan

sebagai alat evaluasi investasi, karena rasio keuangan mencerminkan tinggi rendahnya nilai perusahaan. Jika investor ingin melihat seberapa besar perusahaan menghasilkan return atas investasi yang akan mereka tanamkan, yang akan dilihat pertama kali adalah rasio profitabilitas, karena rasio ini mengukur seberapa efektif perusahaan menghasilkan *return* bagi para investor.

Semakin tinggi rasio ini, maka semakin besar nilai profitabilitas perusahaan, yang pada akhirnya dapat menjadi sinyal positif bagi investor dalam melakukan investasi untuk memperoleh *return* tertentu. Tingkat *return* yang diperoleh menggambarkan seberapa baik nilai perusahaan di mata investor. Apabila perusahaan berhasil membukukan tingkat keuntungan yang besar, maka hal ini akan memotivasi para investor untuk menanamkan modalnya pada saham, sehingga harga saham dan permintaan akan saham pun akan meningkat. Harga saham dan jumlah saham yang beredar akan mempengaruhi nilai Tobin's Q sebagai proksi dari nilai perusahaan, jika harga saham dan jumlah saham yang beredar naik, maka nilai Tobin's Q juga akan naik. Tobin's Q yang bernilai lebih dari 1, menggambarkan bahwa perusahaan menghasilkan *earning* dengan tingkat return yang sesuai dengan harga perolehan asset-asetnya<sup>48</sup>.

Berdasarkan penjelasan di atas dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H<sub>1</sub> : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

### **2.3.2 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Moderating dalam Hubungan antara Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan**

Variabel moderasi CSR akan turut menginteraksi hubungan antara kinerja keuangan dan nilai perusahaan pada suatu kondisi tertentu. Desakan lingkungan perusahaan menuntut perusahaan agar menerapkan strategi untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Strategi perusahaan seperti CSR dapat dilakukan untuk memberikan *image* perusahaan yang baik kepada pihak eksternal. Perusahaan dapat memaksimalkan modal pemegang saham, reputasi perusahaan, dan kelangsungan hidup jangka panjang perusahaan dengan menerapkan CSR. Telah disebutkan dalam UU bahwa perusahaan yang aktivitasnya berhubungan dengan lingkungan alam wajib menerapkan CSR. Perusahaan tidak hanya memandang laba sebagai satu-satunya tujuan dari perusahaan tetapi ada tujuan yang lainnya yaitu kepedulian perusahaan terhadap lingkungan, karena perusahaan mempunyai tanggung jawab yang lebih luas dibanding hanya mencari laba untuk pemegang saham<sup>49</sup>.

---

<sup>48</sup> W.G. Lewellen dan S.G. Badrinath, "On the Measurement of Tobin's q," *Journal of Financial Economics*, April 1997, p. 77-122.

<sup>49</sup> Gray, R., Kouhy, R dan Laver, "Corporate social and environmental reporting: a review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure", *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 8 No. 2, 1995, p. 78-101.

Disamping kinerja keuangan yang akan dilihat investor sebelum memutuskan untuk berinvestasi dalam suatu perusahaan, adanya pengungkapan item CSR dalam laporan keuangan diharapkan akan menjadi nilai plus yang akan menambah kepercayaan para investor, bahwa perusahaan tersebut akan terus berkembang dan berkelanjutan (*sustainable*). Para konsumen akan lebih mengapresiasi perusahaan yang mengungkapkan CSR dibandingkan dengan perusahaan yang tidak mengungkapkan CSR, mereka akan membeli produk yang sebagian laba dari produk tersebut disisihkan untuk kepentingan sosial lingkungan, misalnya untuk beasiswa, pembangunan fasilitas masyarakat, program pelestarian lingkungan, dan lain sebagainya. Hal ini akan berdampak positif terhadap perusahaan, selain membangun *image* yang baik di mata para *stakeholder* karena kepedulian perusahaan terhadap sosial lingkungan, juga akan menaikkan laba perusahaan melalui peningkatan penjualan. Dengan demikian nilai profitabilitas akan tinggi, dan akan menarik perhatian para investor untuk berinvestasi serta berpengaruh bagi peningkatan kinerja saham di bursa efek.

Berdasarkan penjelasan di atas dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H<sub>2</sub> : *Corporate Social Responsibility* merupakan variabel moderasi profitabilitas terhadap nilai perusahaan atau dengan kata lain keberadaan *Corporate Social Responsibility* akan memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1 Jenis Penelitian dan Sumber Data**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan datanya data sekunder yang diperoleh dari pojok BEI FEBI IAIN Walisongo. Sedangkan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan tahunan perusahaan untuk periode 2012, 2013 dan 2014 pada perusahaan-perusahaan JII yang terdaftar di BEI,

### **3.2 Populasi dan Sampel Penelitian**

#### **3.2.1 Populasi penelitian**

Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang tercatat JII di BEI. Penelitian ini menggunakan periode penelitian tahun 2012, 2013 dan 2014.

#### **3.2.2 Sampel penelitian**

Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan metode purposive sampling dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang representatif sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Adapun kriteria sampel yang akan digunakan yaitu :

1. Perusahaan yang masuk JII di BEI secara berturut-turut untuk tahun 2012, 2013 dan 2014
2. Menyediakan laporan tahunan lengkap pada akhir tahun 2012, 2013 dan 2014
3. Memiliki data yang lengkap terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.

### **3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel**

#### **3.3.1 Variabel Penelitian**

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel dependen, variabel independen, dan variabel *moderating*.

1. Variabel Independen.

Variabel independen adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain. Penelitian ini menggunakan variabel profitabilitas sebagai variabel independen.

2. Variabel *Moderating*.

Variabel *moderating* adalah variabel yang memperkuat atau memperlemah hubungan langsung antara variabel independen dan variabel dependen. Dalam penelitian ini CSR

digunakan sebagai variabel moderating.

### 3. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen pada penelitian ini adalah nilai perusahaan.

### 3.3.2 Definisi Operasional Variabel

#### 1. Variabel Independen

Profitabilitas merupakan variabel independen dalam penelitian ini, disimbolkan dengan ( $X_1$ ). Profitabilitas didekati dengan *Return on Assets* (ROA) yang didapatkan dari laporan keuangan tahunan perusahaan JII, selama periode penelitian. ROA menunjukkan perbandingan *net income* dan *total assets* perusahaan. Alasan dipilihnya (ROA) sebagai proksi profitabilitas, karena rasio tersebut merupakan indikator penting dari laporan keuangan yang memiliki berbagai kegunaan. Rasio ROA digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen perusahaan dalam memperoleh keuntungan (laba) secara keseluruhan, semakin besar ROA suatu perusahaan semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai perusahaan tersebut dan semakin baik pula posisi perusahaan tersebut dari segi penggunaan aktiva. Laba pada umumnya dipakai sebagai suatu dasar pengambilan keputusan investasi, dan prediksi untuk meramalkan perubahan laba yang akan datang. Investor mengharapkan dana yang diinvestasikan ke dalam perusahaan akan memperoleh tingkat pengembalian yang tinggi sehingga laba yang diperoleh jadi tinggi pula :

Rumus ROA :

$$\text{Return on Asset} = \frac{\text{Profit Before Income Tax}}{\text{Total Aktiva}}$$

#### 2. Variabel Moderating

Informasi mengenai *Corporate Social Responsibility* ( $X_2$ ) berdasarkan Rating CSRHub. terdiri dari 4 fokus pengungkapan, yaitu<sup>50</sup> :

##### 1. Indikator Kinerja Komunitas (*community performance indicator*)

Indikator Kinerja Komunitas mencakup komitmen perusahaan terhadap komunitas lokal, nasional, dan global. Hal ini mencerminkan nasionalisme perusahaan, pemberian bantuan kepada

---

<sup>50</sup> [www.csrhub.com](http://www.csrhub.com)

komunitas. Indikator ini juga mencakup catatan pelaksanaan hak asasi manusia dalam memproduksi, dan mendistribusikan barang atau jasa sampai ke tangan konsumen.

#### 2. Indikator Kinerja Lingkungan (*environment performance indicator*)

Indikator Kinerja Lingkungan mencakup interaksi perusahaan dengan lingkungan termasuk penggunaan sumber daya alam dan dampak perusahaan terhadap ekosistem. Indikator ini mengevaluasi apakah perusahaan mematuhi peraturan lingkungan, melakukan mitigasi lingkungan, mengeluarkan kebijakan dalam mengatasi perubahan iklim, hemat energi, pengembangan energi terbarukan atau energi alternatif, mengungkapkan risiko lingkungan dan bagaimana cara mengatasinya di masa yang akan datang, melakukan program konservasi, pelibatan *stakeholder* dalam memperbaiki lingkungan.

#### 3. Indikator Kinerja Karyawan (*labor practices performance indicator*)

Indikator Kinerja Karyawan mencakup pengungkapan hak-hak karyawan, pelatihan karyawan, kesehatan dan keselamatan kerja.

#### 4. Indikator Tata Kelola Perusahaan (*governance performance indicator*)

Indikator Tata Kelola Perusahaan mencakup pengungkapan komitmen seluruh pemangku kepentingan pada semua level untuk mengelola bisnis perusahaan dengan menjunjung tinggi etika, transparan, dan tidak melupakan tanggung jawab sosial.

Peringkat CSR yang dibuat CSRHub, dapat diakses langsung dari [www.csrhub.com](http://www.csrhub.com), merupakan data sekunder yang sehingga terbebas dari bias dalam pengukuran. Alasan mengapa memilih peringkat CSR yang dibuat CSRHub bukan menggunakan indeks GRI karena penghitungan indeks GRI seharusnya dilakukan oleh seorang ahli yang sudah mengikuti training GRI dan menjadi GRI *certified*, sehingga mengurangi bias karena perbedaan penafsiran dalam menilai CSR yang ada di laporan tahunan perusahaan. Informasi mengenai training GRI dan GRI *certified* dapat diakses di [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org).

### 3. Variabel Dependen

Nilai perusahaan disimbolkan dengan (Y). Salah satu alternatif yang digunakan dalam menilai nilai perusahaan adalah dengan menggunakan Tobin's Q. Rasio ini dikembangkan oleh James Tobin<sup>51</sup>. Rasio ini merupakan konsep yang berharga karena menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari setiap dolar investasi inkremental. Jika rasio Q di atas satu, ini menunjukkan bahwa investasi dalam aktiva menghasilkan laba yang memberikan nilai yang lebih tinggi daripada pengeluaran investasi, hal ini akan merangsang

---

<sup>51</sup> Badrinath, "On the Measurement ...", p. 77-122.

investasi baru. Jika rasio Q di bawah satu, investasi dalam aktiva tidaklah menarik.

Rasio Q merupakan ukuran yang lebih teliti tentang seberapa efektif manajemen memanfaatkan sumber-sumber daya ekonomi dalam kekuasaannya. Penelitian yang dilakukan oleh Herawaty, menunjukkan bagaimana rasio Q dapat diterapkan pada masing-masing perusahaan. Mereka menemukan bahwa beberapa perusahaan dapat mempertahankan rasio Q yang lebih besar dari satu. Teori ekonomi mengatakan bahwa rasio Q yang lebih besar dari satu akan menarik arus sumber daya dan kompetisi baru sampai rasio Q mendekati satu. Variabel ini diberi simbol Q. Variabel ini telah digunakan oleh Herawaty . Penghitungannya menggunakan rumus<sup>52</sup>:

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

Dimana :

Q = Nilai perusahaan

EMV = Nilai pasar ekuitas (EMV=*closing price* x jumlah saham yang beredar)

D = Nilai buku dari total hutang

EBV = Nilai buku dari total ekuitas

### 3.4 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan cara menelusuri laporan tahunan yang terpilih menjadi sampel. Sebagai panduan, digunakan instrumen penelitian berupa *check list* atau daftar pertanyaan-pertanyaan yang berisi item-item pengungkapan pertanggungjawaban sosial.

### 3.5 Metode Analisis

#### 3.5.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), nilai perusahaan dan profitabilitas pada perusahaan JII yang terdaftar di BEI. Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai minimum, nilai maximum, mean, dan standar deviasi.

---

<sup>52</sup> Vinolla Herawaty, "Peran Praktek *Corporate Governance* sebagai *Moderating Variable* dari Pengaruh *Earnings Management* terhadap Nilai Perusahaan" dalam Jurnal Akuntansi dan Keuangan, Vol. 10, No. 2, 2008, h. 97-108.



### 3.5.2 Analisis Regresi Linier Sederhana

Data yang telah dikumpulkan dianalisis dengan menggunakan alat analisis statistik yakni Analisis regresi linear sederhana (*simple regression analysis*). Analisis Regresi Linear Sederhana adalah Metode Statistik yang berfungsi untuk menguji sejauh mana hubungan sebab akibat antara Variabel Faktor Penyebab (X) terhadap Variabel Akibatnya. Faktor Penyebab pada umumnya dilambangkan dengan X atau disebut juga dengan *Predictor*, sedangkan Variabel Akibat dilambangkan dengan Y atau disebut juga dengan *Response*. Regresi Linear Sederhana atau sering disingkat dengan SLR (*Simple Linear Regression*) juga merupakan salah satu Metode Statistik yang dipergunakan dalam produksi untuk melakukan peramalan ataupun prediksi tentang karakteristik kualitas maupun Kuantitas<sup>53</sup>.

Model persamaan regresi dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta X + e$$

Keterangan :

Y = Nilai Perusahaan

$\alpha$  = Konstanta

$\beta$  = Koefisien Regresi

X = Profitabilitas

E = *Error Term*, yaitu tingkat kesalahan penduga dalam penelitian

### 3.5.3 Uji Residual

Pengujian variabel *moderating* dengan uji interaksi maupun uji selisih nilai absolut mempunyai kecenderungan akan terjadi multikolonieritas yang tinggi antar variabel independen dan hal ini akan menyalahi asumsi klasik dalam *regresi ordinary square* (OLS). Untuk mengatasi multikolonieritas ini, maka dikembangkan metode lain yang disebut uji residual. Langkah uji residual dalam penelitian ini dapat digambarkan dengan persamaan regresi sebagai

---

<sup>53</sup>Suliyanto, "Analisis Regresi Sederhana", <http://maks.unsoed.ac.id/wp-content/uploads/2012/04/ANALISIS-REGRESI-SEDERHANA1.ppt>, diakses 10 Desember 2014.

berikut<sup>54</sup>:

$$y = a + b_1 X_1 + e \quad (1)$$

$$|e| = a + b_1 X_2 \quad (2)$$

Keterangan:

Y = Nilai Perusahaan

a = Konstanta

b<sub>1</sub> = Koefisien Regresi

X<sub>1</sub> = Profitabilitas

e = residual unstandardize

X<sub>2</sub> = CSR

|e| = nilai mutlak dari residual unstandardize

Uji residual tidak memerlukan uji asumsi klasik karena modelnya merupakan regresi linear sederhana.

### 3.5.4 Pengujian Hipotesis

Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen dengan satu atau lebih variabel independen, dengan tujuan untuk mengestimasi dan atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel yang diketahui.

Ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari *Goodness of fit*nya. Secara statistik, setidaknya ini dapat diukur dari nilai koefisien determinasi, nilai statistik F dan nilai statistik t. Perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana H<sub>0</sub> ditolak). Sebaliknya disebut tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berada dalam daerah dimana H<sub>0</sub> diterima<sup>55</sup>.

#### a. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model

---

<sup>54</sup>Suliyanto, "Analisis Regresi dengan Variabel Moderating dan Variabel Intervening", [http://maks.unsoed.ac.id/wp-content/uploads/2012/04/Analisis-Regresi-dengan-Variabel-Moderating-dan-Intervening\\_20091.ppt](http://maks.unsoed.ac.id/wp-content/uploads/2012/04/Analisis-Regresi-dengan-Variabel-Moderating-dan-Intervening_20091.ppt), diakses 15 Desember 2014.

<sup>55</sup> *Ibid*, h. 38.

dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  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.

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka  $R^2$  pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu, banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai Adjusted  $R^2$  pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti  $R^2$ , nilai Adjusted  $R^2$  dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model.

#### b. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji F dilakukan untuk menguji apakah model regresi yang digunakan *fit*. Dasar pengambilan keputusannya adalah :

1. Jika  $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$ , maka model regresi tidak *fit* (hipotesis ditolak).
2. Jika  $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$ , maka model regresi *fit* (hipotesis diterima).

Uji F dapat juga dilakukan dengan melihat nilai signifikansi F pada *output* hasil regresi menggunakan SPSS dengan *significance level* 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Jika nilai signifikansi lebih besar dari  $\alpha$  maka hipotesis ditolak, yang berarti model regresi tidak *fit*. Jika nilai signifikan lebih kecil dari  $\alpha$  maka hipotesis diterima, yang berarti bahwa model regresi *fit*.

#### c. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

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

1. Jika  $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ , maka variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (hipotesis ditolak).
2. 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.

#### d. Uji Residual

Fokus dari uji ini adalah ketidakcocokkan (*lack of fit*) yang dihasilkan dari deviasi hubungan linier antar variabel independen. *Lack of fit* ditunjukkan oleh nilai residual didalam regresi. Jika variabel dependen (Y) diregresikan terhadap nilai absolut residual ternyata signifikan dan koefisien parameter negatif maka dikatakan terjadi moderasi.

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Analisis dan pembahasan yang tersaji pada bab ini akan menunjukkan hasil dari analisis data berdasarkan pengamatan variabel bebas maupun variabel *moderating* yang digunakan dalam model analisis regresi dengan menggunakan analisis regresi sederhana dan uji residual untuk mengetahui apakah profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada saat CSR perusahaan meningkat.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan- perusahaan yang tergabung dalam JII di BEI, dengan alasan perusahaan- perusahaan yang tergabung dalam JII memiliki tanggung jawab sosial yang lebih tinggi sebagai bentuk pelaksanaan komitmen syariah.

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam pengumpulan data adalah metode *purposive sampling*, yaitu metode pengambilan sampel yang dilakukan sesuai dengan tujuan penelitian yang telah ditetapkan. Penentuan sampel dipilih dengan kriteria :

1. Perusahaan yang terdaftar di JII secara berturut-turut untuk tahun 2012, 2013, dan 2014.
2. Menyediakan laporan tahunan lengkap pada akhir tahun 2012, 2013, dan 2014.
3. Memiliki data yang lengkap terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.

#### **4.1 Deskripsi Objek Penelitian**

Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Perusahaan yang terdaftar di JII tahun 2012-2014. Pemilihan sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan beberapa ketentuan.

. Sampel awal yang diperoleh berjumlah 90 perusahaan, namun setelah diseleksi berdasarkan kriteria yang ditetapkan maka diperoleh sampel akhir sebanyak 21 perusahaan. Laporan keuangan yang digunakan adalah periode akhir tahun, karena laporan inilah yang biasanya digunakan untuk pengambilan keputusan strategis oleh para investor.

Pengambilan sampel penelitian ini digambarkan pada Tabel 4.1 di bawah.

**Tabel 4.1**  
**Sampel Penelitian**

Kriteria Sampel	Jumlah
Perusahaan yang terdaftar JII priode Desember 2012-2014	90
Perusahaan yang terdaftar secara terus-menerusJII priode Desember 2012-2014	21
Tidak tersedia laporan keuangan pada akhir tahun 2012, 2013, 2014	(0)
Tersedia laporan keuangan lengkap pada akhir tahun 2012, 2013, 2014	21
Tidak memiliki data yang lengkap terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian	(0)
Perusahaan yang memenuhi syarat	21
Pengamatan selama 3 tahun, periode 2012-2014 (21x3)	63

*Sumber : Data sekunder yang diolah, 2015*

Data keuangan diperoleh melalui laporan keuangan dari perusahaan sampel selama tahun 2012-2014, sehingga dilakukan 63 observasi. Perusahaan yang menjadi sampel penelitian dapat dilihat dalam tabel berikut.

**Tabel 4.2**  
**Data Perusahaan yang menjadi Sampel Penelitian**

No	Nama Perusahaan	Kode
1	PT. Astra Agro Lestari Tbk	AALI
2	PT. Adaro Energy Tbk	ADRO
3	PT. AKR Corporindo Tbk	AKRA
4	PT. Astra International Tbk	ASII
5	PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	ICBP
6	PT. Indofood Sukses Makmur Tbk	INDF
7	PT. Indocement Tungal Prakasa Tbk	INTP
8	PT. Indo Tambangraya Megah Tbk	ITMG
9	PT. PP London Sumatera Plantation Tbk	LSIP
10	PT. Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk	PGAS
11	PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk	SMGR
12	PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk	TLKM
13	PT. United Tractors Tbk	UNTR
14	PT. Alam Sutera Realty Tbk	ASRI
15	PT. Bumi Serpong Damai Tbk	BSDE
16	PT. Charoen Pokhpand Tbk	CPIN
17	PT. Kalbe Farma Tbk	KLBF
18	PT. Lippo Karawaci Tbk	LPKR
19	PT. Media Nusantara Citra Tbk	MNCN
20	PT. Tambang Batubara Bukit Asam (Persero) Tbk	PTBA
21	PT. Unilever Indonesia Tbk	UNVR

*Sumber : Data IDX 2015*

Variabel-variabel yang diteliti dari perusahaan sampel meliputi ROA sebagai variabel independen, Tobin's Q sebagai variabel dependen, serta peringkat CSR sebagai variabel moderasi. Untuk menghitung nilai Tobin's Q diperlukan data mengenai nilai pasar ekuitas saham akhir tahun, jumlah saham beredar akhir tahun, harga penutupan, total utang, dan total ekuitas dari masing-masing perusahaan sampel. Perhitungan Nilai Pasar Ekuitas (EMV) dapat dilihat dalam tabel berikut.

**Tabel 4.3**  
**Perhitungan Nilai EMV Periode Akhir Tahun 2012**

No	Emiten JII	HARGA PENUTUPAN (28-12-2012)	SAHAM BEREDAR	KAPITALISASI PASAR (EMV)
1	AALI	19.700	1.574.745.000	31.022.476.500.000
2	ADRO	1.590	31.985.962.000	50.857.679.580.000
3	AKRA	4.150	3.851.443.500	15.983.490.525.000
4	ASII	7.600	40.483.553.140	307.675.003.864.000
5	ICBP	7.800	5.830.954.000	45.481.441.200.000
6	INDF	5.850	8.780.426.500	51.365.495.025.000
7	INTP	22.450	3.681.231.699	82.643.651.642.550
8	ITMG	41.550	1.129.925.000	46.948.383.750.000
9	LSIP	2.300	6.822.863.965	15.692.587.119.500
10	PGAS	4.600	24.241.508.196	111.510.937.701.600
11	SMGR	15.850	5.931.520.000	94.014.592.000.000
12	TLKM	9.050	20.159.999.280	182.447.993.484.000
13	UNTR	19.700	3.730.135.136	73.483.662.179.200
14	ASRI	600	19.649.411.888	11.789.647.132.800
15	BSDE	1.110	17.496.996.592	19.421.666.217.120
16	CPIN	3.650	16.398.000.000	59.852.700.000.000
17	KLBF	1.060	50.780.072.110	53.826.876.436.600
18	LPKR	1.000	23.077.689.619	23.077.689.619.000
19	MNCN	2.500	13.956.126.500	34.890.316.250.000
20	PTBA	15.100	2.304.131.850	34.792.390.935.000
21	UNVR	20.850	7.630.000.000	159.085.500.000.000

**Tabel 4.4**  
**Perhitungan Nilai EMV Periode Akhir Tahun 2013**

No	Emiten JII	HARGA PENUTUPAN (30-12-2013)	SAHAM BEREDAR	KAPITALISASI PASAR (EMV)
1	AALI	25.100	1.574.745.000	39.526.099.500.000
2	ADRO	1.090	31.985.962.000	34.864.698.580.000
3	AKRA	4.375	3.880.727.500	16.978.182.812.500
4	ASII	6.800	40.483.553.140	275.288.161.352.000
5	ICBP	10.200	5.830.954.000	59.475.730.800.000
6	INDF	6.600	8.780.426.500	57.950.814.900.000
7	INTP	20.000	3.681.231.699	73.624.633.980.000
8	ITMG	28.500	1.129.925.000	32.202.862.500.000
9	LSIP	1.930	6.822.863.965	13.168.127.452.450
10	PGAS	4.475	24.241.508.196	108.480.749.177.100
11	SMGR	14.150	5.931.520.000	83.931.008.000.000
12	TLKM	2.150	100.799.996.400	216.719.992.260.000
13	UNTR	19.000	3.730.135.136	70.872.567.584.000
14	ASRI	430	19.649.411.888	8.449.247.111.840
15	BSDE	1.290	17.496.996.592	22.571.125.603.680
16	CPIN	3.375	16.398.000.000	55.343.250.000.000
17	KLBF	1.250	46.875.122.110	58.593.902.637.500
18	LPKR	910	23.077.689.619	21.000.697.553.290
19	MNCN	2.625	14.099.463.000	37.011.090.375.000
20	PTBA	10.200	2.304.131.850	23.502.144.870.000
21	UNVR	26.000	7.630.000.000	198.380.000.000.000



**Tabel 4.5**  
**Perhitungan Nilai EMV Periode Akhir Tahun 2014**

No	Emiten JII	HARGA PENUTUPAN (30-12-2014)	SAHAM BEREDAR	KAPITALISASI PASAR (EMV)
1	AALI	24.250	1.574.745.000	38.187.566.250.000
2	ADRO	1.040	31.985.962.000	33.265.400.480.000
3	AKRA	4.120	3.913.637.674	16.124.187.216.880
4	ASII	7.425	40.483.553.140	300.590.382.064.500
5	ICBP	13.100	5.830.954.000	76.385.497.400.000
6	INDF	6.750	8.780.426.500	59.267.878.875.000
7	INTP	25.000	3.681.231.699	92.030.792.475.000
8	ITMG	15.375	1.129.925.000	17.372.596.875.000
9	LSIP	1.890	6.822.863.965	12.895.212.893.850
10	PGAS	6.000	24.241.508.196	145.449.049.176.000
11	SMGR	16.200	5.931.520.000	96.090.624.000.000
12	TLKM	2.865	100.799.996.400	288.791.989.686.000
13	UNTR	17.350	3.730.135.136	64.717.844.609.600
14	ASRI	560	19.649.411.888	11.003.670.657.280
15	BSDE	1.805	18.371.846.392	33.161.182.737.560
16	CPIN	378	16.398.000.000	61.984.440.000.000
17	KLBF	183	46.875.122.110	85.781.473.461.300
18	LPKR	102	23.077.689.619	23.539.243.411.380
19	MNCN	254	14.276.088.500	36.261.264.790.000
20	PTBA	125	2.304.131.850	28.801.648.125.000
21	UNVR	323	7.630.000.000	246.449.000.000.000

Berikut adalah komponen yang digunakan untuk menghitung Tobin's Q.

**Tabel 4.6**  
**Nilai EMV, EBV, D, dan Q Periode 31 Desember 2012**

No	Emiten JII	EMV	EBV	D
1	AALI	31.022.476.500.000	12.419.820.000.000	3.054.409.000.000
2	ADRO	50.857.679.580.000	28.962.172.180.000	35.751.943.340.000
3	AKRA	15.983.490.525.000	4.209.740.018.000	7.557.784.981.000
4	ASII	307.675.003.864.000	89.814.000.000.000	92.460.000.000.000
5	ICBP	45.481.441.200.000	11.968.798.000.000	5.766.682.000.000
6	INDF	51.365.495.025.000	34.142.674.000.000	25.181.533.000.000
7	INTP	82.643.651.642.550	19.418.738.000.000	3.336.422.000.000
8	ITMG	46.948.383.750.000	9.693.372.390.000	4.726.763.690.000
9	LSIP	15.692.587.119.500	6.279.713.000.000	1.272.083.000.000
10	PGAS	111.510.937.701.600	22.770.838.427.260	15.021.091.197.470
11	SMGR	94.014.592.000.000	18.164.854.648.000	8.414.229.138.000
12	TLKM	182.447.993.484.000	66.978.000.000.000	44.391.000.000.000
13	UNTR	73.483.662.179.200	32.300.557.000.000	18.000.076.000.000
14	ASRI	11.789.647.132.800	4.731.874.734.000	6.214.542.510.000
15	BSDE	19.421.666.217.120	10.531.704.399.283	6.225.013.628.292
16	CPIN	59.852.700.000.000	8.176.464.000.000	4.172.163.000.000
17	KLBF	53.826.876.436.600	7.371.643.614.897	2.046.313.566.061
18	LPKR	23.077.689.619.000	11.470.106.390.475	13.399.189.342.618
18	MNCN	34.890.316.250.000	7.297.162.000.000	1.663.780.000.000
20	PTBA	34.792.390.935.000	8.432.779.000.000	4.073.518.000.000
21	UNVR	159.085.500.000.000	3.968.365.000.000	8.016.614.000.000

*Hasil Olah Data, 2015*

**Tabel 4.7**  
**Nilai EMV, EBV, D, dan Q Periode 31 Desember 2013**

No	Emiten JII	EMV	EBV	D
1	AALI	39.526.099.500.000,000	10.267.859.000.000,000	4.695.331.000.000,000
2	ADRO	34.864.698.580.000,000	38.690.238.477.000,000	42.926.708.262.000,000
3	AKRA	16.978.182.812.500,000	5.363.160.926.000,000	9.269.980.455.000,000
4	ASII	275.288.161.352.000,000	106.188.000.000.000,000	107.806.000.000.000,000
5	ICBP	59.475.730.800.000,000	13.265.731.000.000,000	8.001.739.000.000,000
6	INDF	57.950.814.900.000,000	37.891.756.000.000,000	39.719.660.000.000,000
7	INTP	73.624.633.980.000,000	22.977.687.000.000,000	3.629.554.000.000,000
8	ITMG	32.202.862.500.000,000	10.951.463.019.000,000	5.220.365.865.000,000
9	LSIP	13.168.127.452.450,000	6.613.987.000.000,000	1.360.889.000.000,000
10	PGAS	108.480.749.177.100,000	32.558.572.704.564,000	20.073.657.743.118,000
11	SMGR	83.931.008.000.000,000	21.803.975.875.000,000	8.988.908.217.000,000
12	TLKM	216.719.992.260.000,000	77.424.000.000.000,000	50.527.000.000.000,000
13	UNTR	70.872.567.584.000,000	35.648.898.000.000,000	21.713.346.000.000,000
14	ASRI	8.449.247.111.840,000	5.331.784.694.000,000	9.096.297.873.000,000
15	BSDE	22.571.125.603.680,000	13.415.298.286.907,000	9.156.861.204.571,000
16	CPIN	55.343.250.000.000,000	9.950.900.000.000,000	5.771.297.000.000,000
17	KLBF	58.593.902.637.500,000	8.499.957.965.575,000	2.815.103.309.451,000
18	LPKR	21.000.697.553.290,000	14.177.573.305.225,000	17.122.789.125.041,000
18	MNCN	37.011.090.375.000,000	7.743.574.000.000,000	1.871.706.000.000,000
20	PTBA	23.502.144.870.000,000	7.381.659.000.000,000	3.830.636.000.000,000
21	UNVR	198.380.000.000.000,000	4.254.670.000.000,000	8.448.798.000.000,000

*Hasil Olah Data, 2015*

**Tabel 4.8**  
**Nilai EMV, EBV, D, dan Q Periode 31 Desember 2014**

No	Emiten JII	EMV	EBV	D
1	AALI	38.187.566.250.000	11.837.486.000.000	6.720.843.000.000
2	ADRO	33.265.400.480.000	40.531.361.120.000	39.254.420.000.000
3	AKRA	16.124.187.216.880	5.961.182.563.000	8.830.734.614.000
4	ASII	300.590.382.064.500	120.324.000.000.000	115.705.000.000.000
5	ICBP	76.385.497.400.000	15.039.947.000.000	9.870.264.000.000
6	INDF	59.267.878.875.000	41.228.376.000.000	44.710.509.000.000
7	INTP	92.030.792.475.000	24.784.801.000.000	4.100.172.000.000
8	ITMG	17.372.596.875.000	11.178.882.560.000	5.084.526.560.000
9	LSIP	12.895.212.893.850	7.218.834.000.000	1.436.312.000.000
10	PGAS	145.449.049.176.000	36.860.588.001.000	40.460.186.704.960
11	SMGR	96.090.624.000.000	25.002.451.936.000	9.312.214.091.000
12	TLKM	288.791.989.686.000	86.125.000.000.000	54.770.000.000.000
13	UNTR	64.717.844.609.600	38.576.734.000.000	21.715.297.000.000
14	ASRI	11.003.670.657.280	6.371.193.934.000	10.553.173.020.000
15	BSDE	33.161.182.737.560	18.473.430.005.417	9.661.295.391.976
16	CPIN	61.984.440.000.000	10.943.289.000.000	9.919.150.000.000
17	KLBF	85.781.473.461.300	9.817.475.678.446	2.607.556.689.283
18	LPKR	23.539.243.411.380	17.646.449.043.205	20.114.771.650.490
18	MNCN	36.261.264.790.000	9.393.213.000.000	4.215.820.000.000
20	PTBA	28.801.648.125.000	8.384.041.000.000	5.606.840.000.000
21	UNVR	246.449.000.000.000	4.598.782.000.000	9.681.888.000.000

*Hasil Olah Data, 2015*

Berikut adalah komponen yang digunakan untuk menghitung ROA:

**Tabel 4.9**  
**Laba Sebelum Pajak (PBIT) dan Total Aktiva (TA) Periode 31 Desember 2012**

No	Emiten JII	PBIT	TA
1	AALI	3.524.893	12.419.820
2	ADRO	713.724	6.692.256
3	AKRA	809.682.380	11.787.524.999
4	ASII	27.898	182.274
5	ICBP	3.027.190	17.753.480
6	INDF	6.309.756	59.324.207
7	INTP	6.239.550	22.755.160
8	ITMG	591.109	1.491.224
9	LSIP	1.372.083	7.551.796
10	PGAS	1.148.308.027	3.908.162.319
11	SMGR	6.287.454.009	26.579.083.786
12	TLKM	24.228	111.369
13	UNTR	7.446.755	50.300.633
14	ASRI	1.344.194.587.000	10.946.417.244.000
15	BSDE	1.696.563.824.942	16.756.718.027.575
16	CPIN	3.376.499.000.000	12.348.627.000.000
17	KLBF	2.308.017.092.492	9.417.957.180.958
18	LPKR	1.577.088.286.385	24.869.295.733.093
18	MNCN	2.260.708.000.000	8.960.942.000.000
20	PTBA	3.565.451.000.000	12.506.297.000.000
21	UNVR	6.466.765.000.000	11.984.979.000.000

*Hasil Olah Data, 2015*

**Tabel 4.10**  
**Laba Sebelum Pajak (PBIT) dan Total Aktiva (TA) Periode 31 Desember 2013**

No	Emiten JII	PBIT	TA
1	AALI	2.605.071	14.963.190
2	ADRO	424.256	6.695.951
3	AKRA	733.052.865	14.633.141.381
4	ASII	27.523	213.994
5	ICBP	2.966.990	21.267.470
6	INDF	4.000.751	77.611.416
7	INTP	6.595.154	26.607.241
8	ITMG	295.445	1.326.756
9	LSIP	996.991	7.974.876
10	PGAS	1.065.739.975	4.318.010.538
11	SMGR	6.920.399.734	30.792.884.092
12	TLKM	27.149	127.951
13	UNTR	6.587.337	57.362.244
14	ASRI	1.081.775.829.000	14.428.082.567.000
15	BSDE	3.278.954.399.964	22.572.159.491.478
16	CPIN	3.451.333.000.000	15.722.197.000.000
17	KLBF	2.572.522.717.231	11.315.061.275.026
18	LPKR	1.924.830.226.980	31.300.362.430.266
18	MNCN	2.393.529.000.000	9.615.280.000.000
20	PTBA	2.390.059.000.000	11.212.295.000.000
21	UNVR	7.158.808.000.000	12.703.468.000.000

*Hasil Olah Data, 2015*

**Tabel 4.11**  
**Laba Sebelum Pajak (PBIT) dan Total Aktiva (TA) Periode 31 Desember 2014**

No	Emiten JII	PBIT	TA
1	AALI	3.689.990	18.558.329
2	ADRO	325.360	6.413.648
3	AKRA	993.343.617	14.791.917.177
4	ASII	27.352	236.029
5	ICBP	3.388.725	24.910.211
6	INDF	6.229.297	85.938.885
7	INTP	6.789.602	28.884.973
8	ITMG	262.030	1.307.348
9	LSIP	1.188.931	8.655.146
10	PGAS	978.765.428	6.215.496.359
11	SMGR	7.090.765.967	34.314.666.027
12	TLKM	28.784	140.895
13	UNTR	6.621.858	60.292.031
14	ASRI	1.385.766.654.000	16.924.366.954.000
15	BSDE	4.306.325.501.113	28.134.725.397.393
16	CPIN	2.106.982.000.000	20.862.439.000.000
17	KLBF	2.763.700.548.048	12.425.032.367.729
18	LPKR	3.694.978.541.909	37.761.220.693.695
18	MNCN	2.543.779.000.000	13.609.033.000.000
20	PTBA	2.577.082.000.000	13.990.881.000.000
21	UNVR	7.676.722.000.000	14.280.670.000.000

*Hasil Olah Data, 2015*

Adapun hasil penghitungan CSR, ROA, dan Tobin's Q :

**Tabel 4.12**  
**CSR, ROA, Tobin's Q Periode 31 Desember 2012**

No	Emiten JII	ROA	CSR	Tobin's Q
1	AALI	0,284	49	2,202
2	ADRO	0,107	55,5	1,338
3	AKRA	0,069	0	2,001
4	ASII	0,153	52	2,195
5	ICBP	0,171	51	2,890
6	INDF	0,106	49	1,290
7	INTP	0,274	49	3,778
8	ITMG	0,396	53	3,584
9	LSIP	0,182	0	2,246
10	PGAS	0,294	50	3,348
11	SMGR	0,237	53	3,854
12	TLKM	0,218	48	2,037
13	UNTR	0,148	44	1,819
14	ASRI	0,123	0	1,645
15	BSDE	0,101	0	1,531
16	CPIN	0,273	40	5,185
17	KLBF	0,245	0	5,933
18	LPKR	0,063	49	1,467
18	MNCN	0,252	0	4,079
20	PTBA	0,285	62	3,108
21	UNVR	0,540	62	13,943

*Hasil Olah Data, 2015*



**Tabel 4.13**  
**CSR, ROA, Tobin's Q Periode 31 Desember 2013**

No	Emiten JII	ROA	CSR	Tobin's Q
1	AALI	0,174	50	2,955
2	ADRO	0,063	55,5	0,953
3	AKRA	0,050	0	1,794
4	ASII	0,129	53	1,790
5	ICBP	0,140	51	3,173
6	INDF	0,052	51	1,207
7	INTP	0,248	51	2,904
8	ITMG	0,223	55	2,314
9	LSIP	0,125	0	1,822
10	PGAS	0,247	53	2,443
11	SMGR	0,225	54	3,018
12	TLKM	0,212	51	2,089
13	UNTR	0,115	47,5	1,614
14	ASRI	0,075	0	1,216
15	BSDE	0,145	0	1,406
16	CPIN	0,220	43	3,887
17	KLBF	0,227	0	5,427
18	LPKR	0,061	50	1,218
18	MNCN	0,249	54	4,044
20	PTBA	0,213	63	2,438
21	UNVR	0,564	63	16,281

*Hasil Olah Data, 2015*

**Tabel 4.14**  
**CSR, ROA, Tobin's Q Periode 31 Desember 2014**

No	Emiten JII	ROA	CSR	Tobin's Q
1	AALI	0,199	51	2,420
2	ADRO	0,051	56	0,909
3	AKRA	0,067	0	1,687
4	ASII	0,116	53	1,764
5	ICBP	0,136	56	3,463
6	INDF	0,072	50	1,210
7	INTP	0,235	55	3,328
8	ITMG	0,200	59	1,381
9	LSIP	0,137	0	1,656
10	PGAS	0,157	52	2,404
11	SMGR	0,207	56	3,072
12	TLKM	0,204	52	2,438
13	UNTR	0,110	50	1,434
14	ASRI	0,082	0	1,274
15	BSDE	0,153	59,5	1,522
16	CPIN	0,101	48	3,447
17	KLBF	0,222	0	7,114
18	LPKR	0,098	51	1,156
18	MNCN	0,187	53	2,974
20	PTBA	0,184	64	2,459
21	UNVR	0,538	64	17,935

*Hasil Olah Data, 2015*

## 4.2 Hasil Analisis Data

### 4.2.1 Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Hasil dari pengujian statistik deskriptif dari variabel ROA, CSR, Tobin's Q dari tahun 2012-2014 disajikan dalam tabel berikut ini.

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Statistik Deskriptif**

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ROA	63	,05	,56	,1863	,11051
CSR	63	,00	64,00	40,3333	23,18544
Q	63	,91	17,93	3,1510	3,18416
Valid N (listwise)	63				

*Sumber: Data sekunder diolah melalui SPSS 19, 2015*

Variabel ROA memiliki rentang nilai dari 0,05 hingga 0,56. Nilai terendah dimiliki oleh PT. AKR Corporindo Tbk pada tahun 2013, sedangkan nilai tertinggi dimiliki oleh PT. Unilever Indonesia Tbk tahun 2013. Nilai rata-rata ROA menunjukkan nilai 0,1863. Sedangkan standar deviasi menunjukkan nilai 0,11051.

Variabel pengungkapan CSR memiliki rentang nilai dari 0,00 hingga 64,00. Rentang nilai terendah dimiliki oleh PT. AKR Corporindo Tbk pada tahun 2012-2014, PT. Alam Sutera Realty Tbk pada tahun 2012-2014, PT. Kalbe Farma Tbk pada tahun 2012-2014, PT. PP London Sumatera Plantation Tbk pada tahun 2012-2014, PT. Bumi Serpong Damai Tbk pada tahun 2012-2013 dan PT. Media Nusantara Citra Tbk pada tahun 2012. Rentang nilai yang rendah terjadi dikarenakan pada tahun tersebut keluar dari rating CSRHub. Rentang nilai tertinggi dimiliki oleh PT. Unilever Indonesia Tbk dan PT. Tambang Batubara Bukit Asam (Persero) Tbk pada tahun 2014. Nilai rata-rata dari variabel CSR 40,3333 dan deviasi standarnya bernilai 23,18544. Jika dilihat dari nilai rata-rata variabel CSR, dapat diperoleh informasi bahwa rata-rata nilai peringkat CSR oleh para emiten hanya 40,3333 masih jauh dari *score* pengungkapan penuh CSR dengan nilai 100.

Variabel Tobin's Q memiliki rentang nilai dari 0,91 hingga 17,93. Nilai terendah dimiliki oleh PT. Adaro Energy Tbk pada tahun 2014, dan nilai tertinggi dimiliki oleh PT. Unilever Indonesia Tbk pada tahun 2014. Nilai rata-rata Tobin's Q 3,1510 dan deviasi standarnya bernilai 3,18416. Tobin's Q yang bernilai lebih dari 1 mempunyai arti bahwa perusahaan menghasilkan

*earning* dengan tingkat *return* yang sesuai dengan harga perolehan aset-asetnya.

## 4.2.2 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

### 4.2.2.1 Koefisien Determinasi

Dari output SPSS pada Tabel 4.16, menunjukkan besarnya nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,712. Nilai ini menerangkan besarnya peran atau kontribusi variabel independen ROA mampu menjelaskan variabel Tobin's Q sebesar 71,2% dan sisanya sebesar 28,8% dijelaskan oleh variable-variabel yang lain di luar persamaan.

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji Kecocokan Model ROA terhadap Tobin's Q**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,847 <sup>a</sup>	,717	,712	1,70839

a. Predictors: (Constant), ROA

### 4.2.2.2 Uji Statistk t

Dari Tabel 4.17 terlihat nilai t (t-hitung) dalam regresi menunjukkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. ROA memiliki t hitung sebesar 12,425 dengan signifikansi 0,000 (<0,05), berarti terdapat pengaruh signifikan ROA terhadap Tobin's Q.

**Tabel 4.17**  
**Hasil Uji t ROA terhadap Tobin's Q**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,393	,424		-3,282	,002
	ROA	24,395	1,963	,847	12,425	,000

a. Dependent Variable: Q

### 4.2.2.3 Uji Residual

**Tabel 4.18**  
**Hasil Uji Residual**

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,513	,163		3,144	,003
	Q	,217	,037	,605	5,936	,000

a. Dependent Variable: ABSRESIDUAL

Dari Tabel 4.18 terlihat nilai t (t-hitung) dalam regresi menunjukkan pengaruh Tobin's Q terhadap Absolut Residual dari ROA dan CSR. Tobin's Q memiliki t hitung sebesar 5,936 dengan signifikansi 0,000 (<0,05), berarti CSR tidak memoderasi pengaruh ROA terhadap Tobin's Q.

**Tabel 4.19**  
**Hasil Uji Kecocokan Model Tobin's Q terhadap Absolut Residual CSR dan ROA**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,605 <sup>a</sup>	,366	,356	,91616

a. Predictors: (Constant), Q

Dari output SPSS pada Tabel 4.19, menunjukkan besarnya nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,356. Nilai ini dalam uji residual dapat diabaikan karena uji residual tidak digunakan untuk mengestimasi atau meramalkan sesuatu, sehingga bagus tidaknya model tidak begitu penting. Uji residual hanya melihat suatu variabel itu merupakan variabel moderasi atau bukan yang dilihat pada hasil uji t pada Tabel 4.15.

### 4.3 Hasil Uji Hipotesis

Dari model persamaan regresi yang digunakan, ada dua hipotesis yang diuji, hasil perhitungan regresi ditunjukkan dalam Tabel 4.20 sebagai berikut.

**Tabel 4.20**  
**Hasil Perhitungan Regresi**

Hipotesis	Persamaan	Adjusted R <sup>2</sup>	t hitung	Sig.	Keputusan
H1	Tobin's Q = -1,393 + 24,395	0,712	12,425	0,000	Diterima
H2	ABSRESIDUAL = -0,513 + 0,217 Tobin's Q	0,356	5,936	0,000	Ditolak

Hipotesis pertama menguji pengaruh variabel ROA terhadap Tobin's Q. Dari Tabel 4.20 terlihat bahwa tingkat signifikansi probabilitas ROA sebesar 0,000. Karena tingkat signifikansi probabilitas ROA lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis pertama (H<sub>1</sub>) diterima. Nilai Adjusted R<sup>2</sup> sebesar 0,712 menunjukkan model sudah bagus karena kemampuan variabel bebasnya dalam mempengaruhi variabel tidak bebasnya sebesar 71,2 %.

Hipotesis kedua menguji pengaruh variabel pengungkapan CSR yang diduga memoderasi hubungan antara variabel ROA dan Tobin's Q. Prosedur uji residual adalah menguji pengaruh variabel dependen dengan nilai absolut residual variabel bebasnya, dalam penelitian ini adalah dengan menguji Tobin's Q terhadap nilai absolut residual ROA dan CSR (Variabel ABSRESIDUAL). Tabel 4.17 ditampilkan tingkat signifikansi probabilitas Tobin's Q sebesar 0,000 dan sebesar 5,936. Tingkat signifikansi di bawah 0,05, tetapi nilai t hitungnya tidak negatif, maka dapat disimpulkan hipotesis kedua (H<sub>2</sub>) ditolak. Nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* sebesar 0,356 dalam Uji Residual dapat diabaikan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis terhadap 21 perusahaan sampel dari tahun 2012-2014 dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. ROA berpengaruh signifikan terhadap Tobin's Q. hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar 12,425 dengan taraf signifikansi 0,000 ( $< 0,05$ ). Dengan demikian hipotesis 1 dalam penelitian yang menyatakan "Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan" dapat diterima. Artinya profitabilitas yang tinggi akan meningkatkan nilai perusahaan atau dengan kata lain semakin tinggi profitabilitas perusahaan JII akan membuat investor semakin tertarik untuk membeli sahamnya.
2. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) bukan merupakan variabel moderasi terhadap hubungan antara ROA dengan Tobin's Q. Hal ini ditunjukkan dengan hasil perhitungan regresi dengan uji residual yang mempunyai nilai t hitung tidak negatif, meskipun dengan taraf signifikansi sebesar 0,000 ( $< 0,05$ ). Dengan demikian hipotesis 2 dalam penelitian yang menyatakan "Pengungkapan CSR memoderasi hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan" tidak diterima. Artinya ada atau tidaknya CSR tidak memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Investor akan tertarik membeli saham perusahaan JII yang profitabilitasnya tinggi tanpa memandang apakah perusahaan JII mengungkapkan CSR-nya atau tidak. Hal ini menunjukkan bahwa CSR di Indonesia belum menjadi pemikiran dan dijiwai secara bersama baik itu oleh perusahaan maupun bagi investor. Dari segi pemerintah sendiri sebagai pihak yang dapat melembagakan CSR ke dalam dunia ekonomi belum bisa memberikan peraturan yang baik, yang bisa dilaksanakan dan diterima oleh semua perusahaan. Belum ada kewajiban pembuatan laporan CSR untuk emiten JII. UU No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas menyatakan bahwa hanya perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam saja yang wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini mempunyai keterbatasan-keterbatasan yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi peneliti berikutnya agar mendapatkan hasil yang lebih baik lagi, yaitu:

1. Penelitian ini hanya menggunakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi dalam pengaruhnya terhadap nilai perusahaan.
2. Perusahaan yang menjadi sampel penelitian hanya dari perusahaan yang terus menerus masuk Indeks JII berjumlah 21 perusahaan dari tahun 2012-2014.

## 5.3 Saran

Berdasarkan hasil analisis pembahasan serta beberapa kesimpulan dan keterbatasan pada penelitian ini, maka saran-saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini, yaitu:

1. Penelitian selanjutnya menambah variabel lain selain profitabilitas sebagai variabel moderator hubungan CSR dan nilai perusahaan, misalnya: *leverage*, *size* perusahaan, dll.
2. Penelitian selanjutnya menggunakan proksi profitabilitas lain yang dapat digunakan, seperti ROE (*Return on Equity*) yang lebih menekankan kepada saham (*Equity*) sehingga mungkin lebih dekat hubungannya dengan nilai perusahaan karena perusahaan-perusahaan yang digunakan sebagai sampel merupakan perusahaan *go-public*. Proksi lainnya adalah EBIT (*Earnings Before Interest and Taxes*) yang merupakan laba hasil operasi perusahaan yang belum dipengaruhi keputusan keuangan (pajak atau hutang), sehingga lebih tepat hubungannya sebagai proksi profitabilitas.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan seluruh perusahaan yang tergabung dalam ISSI (Indeks Saham Syariah Indonesia), dengan sampel yang lebih banyak dan tahun pengamatan yang lebih lama membuat kemungkinan bias penelitian menjadi lebih kecil.



## DAFTAR PUSTAKA

- Al Qur'an Karim*, Kemenag RI, 2012.
- Ar-Rifa'i, Muhammad Nasib, *Kemudahan dari Allah: Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir*, Jakarta: Gema Insani Press, 1999.
- Ash-Shiddieqy, Teungku Muhammad Hasbi, *Tafsir Al-Qur'anul Majid An-Nuur. Vol. 4*, Semarang: Pustaka Rizqi Putra, 2000, h. 3091-3092.
- Badroen, Faisal, *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana, 2006.
- Dahlia, Lely dan Sylvia Veronica Siregar, "Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2005 dan 2006)", dalam Simposium Nasional Akuntansi XI Pontianak, 2008.
- Devina, Florence, et.al., "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan Go Public di Bursa Efek Jakarta (BEJ)". Jurnal Maksi. Volume 4. Agustus 2004.
- Djakfar, Muhammad, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, Malang: UIN Malang Press, 2007.
- Edi Suharto. *Corporate Social Responsibility : What is and Benefit for Corporate*. <http://www.policy.hu/suharto>. 2007. Diakses tanggal 30 September 2014.
- Effendi, M. Arief, *The Power Of Good Corporate Governance Teori dan Implementasi*. Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- Ghozali, Imam dan Anis Chariri, *Teori Akuntansi*. Badan Penerbit Undip : Semarang, 2007.
- Gray. R., Kouhy. R dan Laver, "Corporate social and environmental reporting: a review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure". *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol. 8 No. 2, 1995.
- Hardiyanti, Nia, *Analisis Pengaruh Insider Ownership, Leverage, Profitabilitas, Firm Size dan Dividen Payout Ratio Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Tahun 2007-2010)*. Skripsi S1 Manajemen. Semarang: Perpustakaan FEB Undip, 2012.
- Huda, Nurul dan Mustafa Edwin Nasution, *Investasi pada Pasar Modal Syariah*. Kencana Prenada Media Group, 2007.

- Khusnul Mubarrok, Ferry, *Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan*, Skripsi S1 Ekonomi Islam, Perpustakaan IAIN Walisongo, 2013.
- M. Hanafi, Mamduh, *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2005.
- Nurlela, R.dan Islahudin, “*Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating*”, dalam Simposium Nasional Akuntansi XI Pontianak, 2008.
- Rahayu, Sri, *Pengaruh kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Jakarta)*, Skripsi S1 Akuntansi, Semarang: Perekupstakan FEB Undip, 2010.
- Rakhiemah. A.N. dan Dian Agustia, “*Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure dan Kinerja Finansial Perusahaan JII yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*”, Simposium Nasional Akuntansi XII Palembang, 2009.
- Retno , Fr. Reni Anggraini, “*Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan*”, dalam Simposium Nasional Akuntansi IX Padang, 2006.
- Siagian, Sondang P., *Manajemen Stratejik*, Jakarta: Bumi Aksara, 2004.
- Suharli, Michell, “*Studi Empiris terhadap Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan pada Perusahaan Go Public di Indonesia*”, Jurnal Maksi, Volume 6 Nomor 1, Januari 2002.
- Suliyanto, “*Analisis Regresi dengan Variabel Moderating dan Variabel Interviening*”, [http://maksi.unsoed.ac.id/wp-content/uploads/2012/04/Analisis-Regresi-dengan-Variabel-Moderating-dan-Intervening\\_20091.ppt.](http://maksi.unsoed.ac.id/wp-content/uploads/2012/04/Analisis-Regresi-dengan-Variabel-Moderating-dan-Intervening_20091.ppt.), diakses 15 Desember 2014.
- Suliyanto, “*Analisis Regresi Sederhana*”, <http://maksi.unsoed.ac.id/wp-content/uploads/2012/04/ANALISIS-REGRESI-SEDERHANA1.ppt.>, diakses 10 Desember 2014.
- Susilo D., Bambang, *Pasar Modal Mekanisme Perdagangan Saham. Analisis Sekuritas dan Strategi Investasi Di Bursa Efek Indonensia (BEI)*, Yogyakarta: UUP STIM YKPN, 2009.
- Sutopoyudo, “*Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Profitabilitas Perusahaan*”, <https://sutopoyudo.wordpress.com/2009/09/21/pengaruh-penerapan-corporate-social-responsibility-csr-terhadap-profitabilitas-perusahaan/>, diakses tanggal 30 Oktober 2014.
- Undang- Undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup.

Undang- Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

Widianto , Hari Suryono, *Pengaruh Profitabilitas. Likuiditas. Leverage. Aktivitas. Ukuran Perusahaan. Dan Corporate Governance Terhadap Praktik Pengungkapan Sustainability Report ( StudiPada Perusahaan – Perusahaan yang Listed (Go-Public) di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2007 - 2009 )*, Skripsi S1 Akuntansi, Semarang: Perpustakaan FEB Undip, 2011.

[www.csrhub.com](http://www.csrhub.com)

[www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)