

**PENGARUH LEVERAGE, PROFITABILITAS, DAN *SIZE*
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI BEI
DENGAN PENGUNGKAPAN CSR SEBAGAI VARIABEL
PEMODERATING**

SKRIPSI



Oleh:

Nama : Endang Oktaviani
Nomor Mahasiswa : 17312549
Program Studi : Akuntansi

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2021**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 12 April 2021

Penulis



(Endang Oktaviani)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini telah disahkan dan disetujui oleh dosen pembimbing skripsi
dengan judul:

**PENGARUH *LEVERAGE*, PROFITABILITAS, DAN *SIZE* TERHADAP
NILAI PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI BEI DENGAN
PENGUNGKAPAN CSR SEBAGAI VARIABEL PEMODERATING**



Telah disetujui oleh dosen pembimbing

Pada tanggal, 6 April 2021

Dosen pembimbing,



(Neni Meidawati, Dra., M.Si., Ak., CA.)

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SKRIPSI BERJUDUL**

**PENGARUH LEVERAGE, PROFITABILITAS, DAN SIZE TERHADAP
NILAI PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI BEI DENGAN
PENGUNGKAPAN CSR SEBAGAI VARIABEL PEMODERATING**

Disusun oleh : ENDANG OKTAVIANI

Nomor Mahasiswa : 17312549

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan lulus
pada hari, tanggal: Senin, 07 juni 2021

Penguji/Pembimbing Skripsi : Neni Meidawati, Dra., M.Si., Ak., CA.

Penguji : Marfuah, Dra., M.Si



Mengetahui

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia



Prof. Jaka Sriyana, Dr., M.Si

MOTTO

“Kunci sukses seorang anak adalah doa kedua orang tuanya”

“Menyesali nasib tidak akan mengubah keadaan. Terus berkarya, dan bekerjalah yang membuat kita berharga” Gus Dur

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah rabbil alamin, segala puji bagi Allah SWT atas segala nikmat, rahmat, petunjuk, dan karunia-Nya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Leverage*, *Profitabilitas*, dan *Size* Terhadap Nilai Perusahaan Yang Terdaftar Di BEI dengan Pengungkapan CSR Sebagai Variabel Pemoderating”**. Penulisan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan studi jenjang Strata-1 dan memperoleh gelar Sarjana Program studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

Penulisan skripsi ini tidak dapat terwujud tanpa doa, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak, maka dari itu pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Allah SWT, yang senantiasa memberikan begitu banyak nikmat, rahmat, karunia, serta hidayah-Nya untuk selalu bersabar dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua Orang Tua Penulis Bpk. Suparjo dan Ibu Sunarsih yang tiada hentinya memberikan doa, kekuatan, dan dukungan baik secara moril maupun materil.
3. Ibu Neni Meidawati, Dra., M.Si, CA. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah berkenan memberikan waktu, tenaga, arahan, dan fikiran dalam membimbing hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Bapak Jaka Sriyana SE., Msi., Ph.D selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

5. Bapak Dr. Mahmudi, SE., M.Si., CMA. Selaku Ketua Program Studi Akuntansi Program Sarjana.
6. Kakak penulis Yoyok Pujiyanto yang memberikan support dana tambahan.
7. Sahabat tercinta anggota Team Hamba Allah “Nadila, Nia, Arsyita, dan Wahyu” yang selalu saling memberikan doa, support dan mengingatkan satu sama lain untuk menyelesaikan skripsi.
8. Sahabat kos tersayang Devietha, Binti, dan Naning yang telah memberi warna dalam keseharian penulis dan saling support doa dalam menyelesaikan segala kegiatan.
9. Kakak-kakak kos Nganjuk ku tersayang Mbak Silvi, Mbak tyas, mbak Wasi’ yang selalu memberi arahan dan nasehat kepada penulis.

Serta kepada seluruh pihak yang belum sempat penulis sebutkan. Semoga kebaikan yang telah dilakukan mendapatkan balasan dari Allah SWT. Penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, meskipun skripsi ini masih jauh dari kata sempurna sehingga masih perlu kritik dan saran untuk menjadikan skripsi yang baik.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, _____ 2021

Penulis,

(Endang Oktaviani)

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Pernyataan Bebas Plagiasi	i
Halaman Pengesahan Skripsi	iii
Berita Acara Ujian Skripsi	iv
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xii
Daftar Lampiran	xiii
Abstraksi	xiv
<i>Abstract</i>	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan	6
BAB 11 KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1. Teori Trade of (<i>Theory Trade Off</i>)	8
2.1.2. Teori Sinyal (<i>Signalling Theory</i>)	8
2.1.3. Nilai perusahaan (<i>PBV</i>)	9
2.1.4. <i>Leverage</i> (<i>DER</i>)	10
2.1.5. Profitabilitas (<i>ROA</i>)	11
2.1.6. Ukuran Perusahaan (<i>Size</i>)	11
2.1.7. Pengungkapan CSR (<i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i>)	12
2.2. Review Penelitian Terdahulu	14
2.3. Pengembangan Hipotesis	16
2.3.1. Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap nilai perusahaan	16
2.3.2. Pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan	17

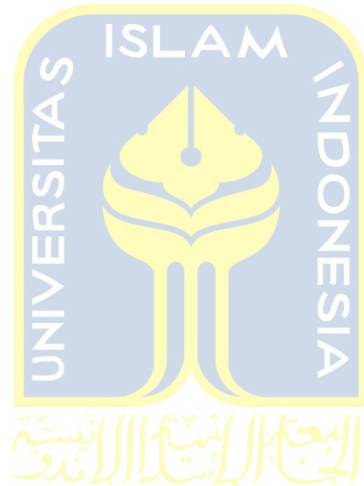
2.3.3. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan	18
2.3.4. Hubungan antara pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi oleh pengungkapan CSR.....	19
2.3.5. Pengaruh pengungkapan CSR dalam memoderasi hubungan antara Profitabilitas terhadap nilai perusahaan.....	20
2.3.6. Hubungan antara pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi oleh pengungkapan CSR	21
2.4. Kerangka Pemikiran	21
BAB 111 METODE PENELITIAN.....	23
3.1. Populasi dan Sampel.....	23
3.2. Data dan Sumber Data.....	23
3.3. Definisi operasional dan pengukuran variabel penelitian.....	24
3.3.1. Variabel Terikat (Variabel Dependen)	24
3.3.2. Variabel Bebas (Variabel Independen).....	24
3.3.3. Variabel Pemoderasi.....	26
3.4. Metode Analisis.....	27
3.4.1. Analisis Statistik Deskriptif.....	27
3.4.1. Uji Asumsi Klasik	27
3.4.2. Uji Model.....	29
3.4.3. Uji Hipotesis	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	31
4.1. Deskripsi Objek Penelitian	31
4.2. Analisis Statistik Deskriptif.....	32
4.3. Uji Asumsi Klasik	34
4.3.1. Uji Normalitas	34
4.3.2. Uji Multikolinearitas	35
4.3.3. Uji Autokorelasi	36
4.3.4. Uji Heteroskedastisitas	36
4.4. Uji Hipotesis.....	37
4.4.1. Analisis Regresi Moderasi.....	37
4.4.2. Uji Adjusted R Square (Adj. R ²)	38
4.4.3. Uji t (<i>t-test</i>)	38

4.5.	Uji Model.....	40
4.5.1.	Uji f (<i>F-test</i>).....	40
4.6.	Pembahasan	40
4.6.1.	Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap Nilai Perusahaan	40
4.6.2.	Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.....	41
4.6.3.	Pengaruh Ukuran perusahaan terhadap Nilai Perusahaan	42
4.6.4.	Pengaruh pengungkapan CSR dalam memoderasi hubungan antara <i>leverage</i> dengan nilai perusahaan.....	43
4.6.5.	Pengaruh pengungkapan CSR dalam memoderasi hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan.....	44
4.6.6.	Pengaruh pengungkapan CSR dalam memoderasi hubungan antara ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan.....	45
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	46
5.1.	Kesimpulan.....	46
5.2.	Keterbatasan	47
5.3.	Saran.....	48
	Daftar Pustaka.....	49



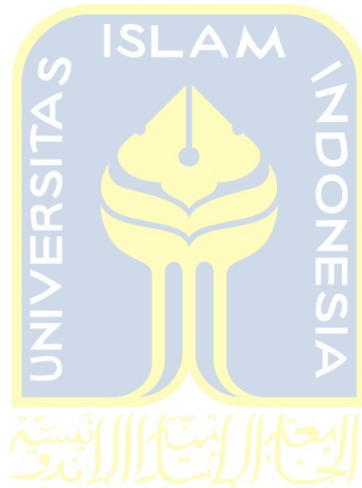
DAFTAR TABEL

Table 4.1 Kriteria Pengambilan Sampel Penelitian	32
Table 4.2 Statistik Deskriptif	32
Table 4.3 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	35
Table 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas	35
Table 4.5 Hasil Uji Autokorelasi	36
Table 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas-Glejser	37
Table 4.7 Hasil Analisis Uji Regresi (MRA).....	37



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	22
------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

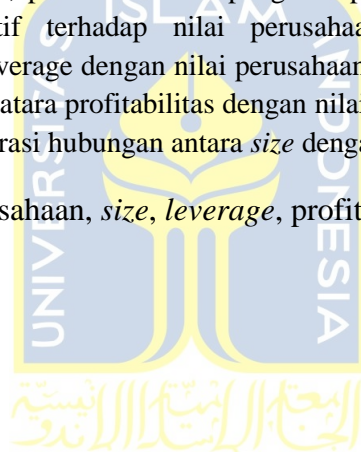
Lampiran 1 Daftar Nama Perusahaan Sampel Penelitian	55
Lampiran 2 Perhitungan Leverage Tahun 2015.....	55
Lampiran 3 Perhitungan Profitabilitas Tahun 2015.....	56
Lampiran 4 Perhitungan Ukuran Perusahaan Tahun 2015	57
Lampiran 5 Perhitungan Nilai Perusahaan.....	59
Lampiran 6 Daftar Indikator dan Item Pengungkapan CSR berdasar GRI G4.....	59
Lampiran 7 Perhitungan Indeks Pengungkapan CSR Tahun 2015	66
Lampiran 8 Hasil Analisis Statistik Deskriptif	67
Lampiran 9 Hasil Analisis Normalitas.....	68
Lampiran 10 Hasil Analisis Multikolinearitas	68
Lampiran 11 Hasil Analisis Autokorelasi.....	68
Lampiran 12 Hasil Analisis Heterokedastisitas-Gledjer.....	69
Lampiran 13 Hasil Analisis Regresi (MRA).....	69
Lampiran 14 Hasil Analisis f (f-trst).....	69
Lampiran 15 Hasil Analisis R Square.....	70



ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *leverage*, profitabilitas, dan *size* terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan CSR sebagai variabel pemoderasinya. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan yang diproksikan oleh PBV. Variabel independen yang digunakan adalah *leverage* (DER), profitabilitas (ROA), dan ukuran perusahaan (SIZE). Sedangkan variabel moderasi yang digunakan adalah pengungkapan CSR yang diproksikan oleh CSRD. Penelitian ini menggunakan data yang diambil dari laporan tahunan perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar dalam BEI pada periode 2015 sampai 2019. Teknik pengambilan data yang digunakan adalah *purposive sampling* dari IDX dan website dari masing-masing perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Moderated Regression Analysis* (MRA). Berdasarkan hasil yang dilakukan, diperoleh hasil bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, *size* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, pengungkapan CSR dapat memoderasi hubungan *leverage* dengan nilai perusahaan, pengungkapan CSR tidak dapat memoderasi hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan, serta pengungkapan CSR tidak dapat memoderasi hubungan antara *size* dengan nilai perusahaan.

Kata kunci : nilai perusahaan, *size*, *leverage*, profitabilitas, pengungkapan CSR



ABSTRACT

This study aims to determine the effect of leverage, profitability, and firm value with CSR disclosure as a moderating variable. The dependent variabel used in this study is firm value as proxied by PBV. The independent variables used are leverage (der), profitability (ROA), and size. And the variable moderating is CSR disclosure proxied by CSRDI. The study uses date taken from the annual reports of the cosmetic and household goods sub-sector companies listed on the IDX in the 2015 to 2019. The data analysis tecnique used in this study is Moderated Regression Analysis (MRA). Based on the result, the result show that leverage has not effect on firm size, profitability has a positive effect on firm value, size has a negative effect on firm value, CSR disclosure can moderate the relationship between leverage and firm value, CSR disclosure can't moderate the relationship between profitability and firm value, CSR disclosure can't moderate the relationship between size and firm value.

Keywords: firm value, size, leverage, profitability, CSR disclosure



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Perusahaan didirikan tentunya memiliki beberapa tujuan. Tujuan perusahaan di antaranya yaitu untuk mencapai keuntungan yang maksimum atau laba yang sebesar-besarnya, untuk menjamin kemakmuran pemilik perusahaan atau para pemegang saham, dan memaksimalkan nilai perusahaan yang tercermin pada harga sahamnya (Martono dan Harjito, 2015).

Perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga merupakan bagian dari industri sektor barang konsumsi yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia yang memproduksi kosmetik, wangi-wangian, pewarna rambut, produk perawatan rumah, dan produk perawatan. Terdapat tujuh perusahaan yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (sumber: idx)

Dalam kutipan berita CNN Indonesia Airlangga Hartanto selaku Menperin mengatakan bahwasanya Industri kosmetik nasional mencatat kenaikan pertumbuhan sebesar 20% pada tahun 2017, hal tersebut disebabkan oleh besarnya permintaan pasar domestik dan ekspor seiring *tren* masyarakat yang mulai memperhatikan produk perawatan tubuh sebagai kebutuhan utamanya. Airlangga juga mengatakan jika kementerian perindustrian telah menempatkan industri kosmetik sebagai sektor andalan dalam RIPIN (Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional) untuk tahun 2015-2035 (Masyarakat Sadar Bersolek Industri Kosmetik Naik 20%, 2020).

Berdasarkan kutipan berita investasi.konstan.co.id dipaparkan bahwa sektor kosmetik di paruh pertama tahun 2019 mengalami penurunan pendapatan sampai 13,14% *year on year* (yoy) serta keuntungan yang bernilai minus hingga 83,73% yoy, hal tersebut dapat diakibatkan adanya persaingan produk kosmetik dari luar negeri (Rahayu, 2019).

Haruman (2008) mengatakan bahwa nilai perusahaan yang tinggi dapat mencerminkan kemakmuran pemegang saham, sehingga hal tersebut dapat menarik perhatian para investor untuk menginvestasikan modalnya kepada perusahaan tersebut. Ada banyak faktor yang dapat memengaruhi nilai suatu perusahaan di antaranya adalah *leverage* (tingkat hutang). *Leverage* digunakan untuk menunjang operasional perusahaan yang diperoleh dari luar perusahaan. Maka dari itu *leverage* menjadi salah satu faktor penting untuk pedoman investor melihat kinerja dari perusahaan, bagaimana cara perusahaan memaksimalkan aset yang dimiliki untuk memperoleh *return* yang tinggi bagi pemegang saham (Sartono, 2015).

Faktor lainnya yang dapat memengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Dengan adanya informasi mengenai profit dapat memprediksi bagaimana prospek perusahaan di masa yang akan datang. Sehingga tingkat profitabilitas menjadi hal penting yang diperhatikan investor guna menilai kinerja dan tanggung jawab manajemen dalam mengelola profit yang didapatkan. Profitabilitas dapat memengaruhi naik turunnya nilai perusahaan dimata investor (Husna dan Pudjiastuti, 2015).

Beberapa peneliti sudah melakukan penelitian terkait faktor yang memengaruhi nilai perusahaan ini. Di antaranya, Siahaan (2014) mengatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, hal ini berarti perusahaan cenderung menggunakan asetnya untuk mendanai modal sendiri yang berasal dari laba ditahan dan modal saham daripada menggunakan hutang dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut Kolamban, Murni, & Baramuli (2020) menyatakan bahwa leverage memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Kolamban, Murni, & Baramuli (2020) menyatakan bahwa Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut penelitian Andy & Jonardi (2020) menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Yang artinya apabila nilai profitabilitasnya tinggi akan meningkatkan nilai dari perusahaan tersebut.

Berdasarkan penelitian oleh Siahaan (2014) memperoleh hasil bahwa *size* memengaruhi nilai perusahaan secara negatif. Sedangkan menurut Priyadi (2018) menunjukkan hasil bahwa *Size* tidak dapat memengaruhi nilai dari perusahaan, berarti *size* yang besar belum dapat menjamin nilai perusahaan tersebut tinggi.

Pradita & Suryono (2019) mengatakan bahwasanya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat memoderasi ROA dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, yang artinya semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka semakin besar pula pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Maka pengungkapan CSR ini dapat meningkatkan nilai perusahaan pada saat tingkat profitabilitas mengalami kenaikan. Pengungkapan CSR ini juga

akan sangat penting jika ukuran perusahaan semakin besar, pengungkapan CSR juga dapat digunakan untuk membuat perusahaan memiliki citra yang baik dimata investor dikarenakan kontribusi langsungnya terhadap lingkungan disekitar perusahaan didirikan. Di mana pelaksanaan CSR diwujudkan dengan kinerja ekonomi, lingkungan, dan sosial. Semakin baik kinerja sebuah perusahaan dalam memperbaiki lingkungannya maka akan membuat nilai dari perusahaan tersebut akan meningkat juga, sebagai akibat dari investor yang menanamkan sahamnya pada perusahaan. Hal ini dikarenakan para investor lebih tertarik untuk menginvestasikan modalnya kepada perusahaan yang ramah terhadap lingkungan.

Dari beberapa penelitian sebelumnya masih terdapat ketidak konsekuensi terhadap hasil penelitian. Ketidak konsekuensi hasil penelitian sebelumnya membuat penelitian mengenai hubungan antara *leverage*, profitabilitas, *size*, dan pengungkapan CSR dengan nilai perusahaan menjadi menarik. Sehingga peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian terkait dengan judul **“Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Dan Size Terhadap Nilai Perusahaan yang terdaftar di BEI Dengan Pengungkapan CSR Sebagai Variabel Pemoderating”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dikemukakan di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI?

3. Apakah *Size* berpengaruh terhadap nilai perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI?
4. Apakah pengungkapan CSR dapat memoderasi hubungan antara *leverage* dengan nilai perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI?
5. Apakah pengungkapan CSR dapat memoderasi hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI?
6. Apakah pengungkapan CSR dapat memoderasi hubungan antara *Size* dengan nilai perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI
2. Untuk mengetahui apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI
3. Untuk mengetahui apakah *size* berpengaruh terhadap nilai perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI
4. Untuk mengetahui apakah pengungkapan CSR dapat memoderasi hubungan antara *leverage* dengan nilai perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI

5. Untuk mengetahui apakah pengungkapan CSR dapat memoderasi hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI.
6. Untuk mengetahui apakah pengungkapan CSR dapat memoderasi hubungan antara *Size* dengan nilai perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan tambahan referensi mengenai faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan.

2. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan perusahaan untuk membuat kebijakan atau mengambil keputusan terkait faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terdiri atas:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini akan membahas latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Dalam bab ini akan membahas mengenai landasan teori, penelitian terdahulu, dan hipotesis yang akan digunakan dalam penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini akan menjelaskan mengenai populasi dan sampel, variabel penelitian, metode pengumpulan data, serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menjelaskan mengenai analisis deskriptif, pengujian hipotesis, dan pembahasan terhadap hasil analisis.

BAB V PENUTUP

Bab ini akan membahas mengenai kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran.



BAB 11

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1. Teori Trade of (*Theory Trade Off*)

Theory Trade Off pertama dikenalkan oleh Modigliani dan Miller pada tahun 1963 dalam sebuah artikel *American Economic Review* yang berjudul *Corporate Income Taxes on the Cost of Capital: A Correction*. Dalam *trade off theory* ini dijelaskan ide tentang seberapa banyak tingkat hutang dan aset yang dimiliki perusahaan sehingga terjadi keselarasan antara biaya yang dikeluarkan dengan laba yang didapatkan. *Trade off theory* menjelaskan jika semakin tinggi tingkat hutang perusahaan maka akan semakin tinggi pula risiko untuk mengalami kesulitan keuangan dikarenakan harus membayar bunga hutang pada setiap tahunnya dengan pendapatan laba yang belum dapat dipastikan. Maka dengan meningkatnya jumlah hutang dapat berpengaruh secara negatif terhadap nilai perusahaan. Argumentasi yang mendasari pendapat ini adalah karena diprediksi bahwa nilai sekarang melebihi nilai penghematan pajak dari penggunaan hutang (Brigham & Houston, 2015).

2.1.2. Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Brigham dan Houston (2015) menyatakan bahwa segala sesuatu tindakan yang diambil manajemen perusahaan akan memberikan petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan kedepannya. Menurut Fery (2013) *Signalling Theory* menunjukkan tingkat profitabilitas terhadap laba yang diperoleh dari aset yang digunakan, dengan ini apabila tingkat

profitabilitas mengalami kenaikan maka akan menjadi sinyal yang baik untuk investor, karena dengan tingkat profitabilitas yang tinggi mencerminkan kinerja perusahaan yang baik dengan itu investor akan memiliki ketertarikan untuk menanamkan modalnya pada perusahaan, maka dapat disimpulkan bahwa profitabilitas yang tinggi mencerminkan prospek perusahaan yang bagus dimasa yang akan datang.

Signalling Theory bersumber dari teori akuntansi pragmatik yang berpusat pada informasi yang dapat merubah perilaku seseorang. Salah satu informasi yang dapat digunakan sebagai sinyal adalah pengumuman yang dikeluarkan oleh perusahaan seperti *annual report*, yang dapat berimbas pada kenaikan atau penurunan harga saham perusahaan yang mengeluarkan informasi tersebut (Suwardjono, 2015).

2.1.3. Nilai perusahaan (PBV)

Berdirinya perusahaan memiliki tujuan yang jelas, pertama untuk mencapai keuntungan yang maksimum atau laba yang sebesar-besarnya, kedua untuk memakmurkan pemegang saham, yang ketiga memaksimalkan nilai perusahaan yang tercermin dalam harga saham perusahaan tersebut. (Harjito & Martono, 2015).

Brigham & Houston (2015), menyatakan bahwa nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang tercermin pada harga saham. Jadi semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan maka mengakibatkan semakin besarnya kemakmuran yang diterima oleh pemilik saham.

Nilai perusahaan dapat diukur menggunakan beberapa rasio sebagai berikut: *price earning ratio* (PER) untuk mengukur seberapa besar perbandingan antara harga saham perusahaan dengan keuntungan yang akan diperoleh pemegang saham, *Dividend Yield* (DY), *Dividend Payout Ratio* (DPR), *Price Book Value* (PBV) menunjukkan seberapa besar nilai buku saham dihargai oleh pasar, dan *Tobin's Q* (Brigham dan Houston, 2015).

2.1.4. Leverage (DER)

Leverage digunakan untuk mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. *Leverage* merupakan rasio yang menggambarkan hubungan antara utang perusahaan terhadap modal (Fahmi, 2013).

Rasio yang digunakan untuk mengukur *Leverage* adalah *Debt to Equity* (DER). DER yang semakin besar menunjukkan bahwa struktur modal yang berasal dari hutang semakin besar yang digunakan untuk mendanai ekuitas yang ada.

Leverage dibagi dalam tiga macam, yaitu sebagai berikut:

1. *Financial Leverage* merupakan penggunaan dana yang memiliki beban tetap yang diharapkan dapat memberikan laba lebih besar dari beban tetap yang dikorbankan sehingga dapat meningkatkan keuntungan yang dapat diperoleh investor (Sartono, 2015).
2. *Operating Leverage* adalah kemampuan perusahaan untuk menggunakan beban tetap agar dapat merubah tingkat penjualan terhadap *Earning Before Taxes* (EBIT) dari suatu emiten (Syamsuddin, 2011).

3. *Combination Leverage* adalah perubahan penjualan yang dapat berpengaruh terhadap laba setelah pajak yang diperoleh suatu perusahaan, yang digunakan untuk melihat efek dari perubahan tingkat penjualan terhadap laba maupun rugi yang diperoleh investor atau pemegang saham secara langsung (Sartono, 2015).

2.1.5. Profitabilitas (ROA)

Profitabilitas memberikan gambaran seberapa efektif perusahaan beroperasi sehingga memberikan keuntungan bagi perusahaan. Profitabilitas adalah rasio untuk menilai kemampuan dalam mencari keuntungan. Profitabilitas sebuah perusahaan dapat diukur dengan menghubungkan antara keuntungan atau laba yang diperoleh dari kegiatan pokok perusahaan dengan kekayaan atau aset yang dimiliki untuk menghasilkan keuntungan perusahaan (Kasmir, 2016).

Azhari (2018) menyatakan bahwa laba perusahaan yang benar-benar diterima pemegang saham dalam bentuk dividen dapat dilihat dari tingkat profitabilitas. Pemegang saham juga dapat memprediksi besarnya perubahan nilai saham dengan menggunakan profitabilitas, sedangkan kreditur biasa memakai profitabilitas guna memperhitungkan kemampuan untuk membayar pinjaman beserta hutang.

Dengan adanya hal ini disimpulkan bahwa profitabilitas menjadi salah satu faktor yang dapat memengaruhi nilai perusahaan.

2.1.6. Ukuran Perusahaan (*Size*)

Size merupakan ukuran besar kecilnya perusahaan yang dapat diukur dengan total aktiva/ besar harta perusahaan dengan menggunakan perhitungan

nilai logaritma total aktiva. (Hartono, 2008). Siahaan (2014) menyatakan bahwa *size* dianggap mampu memengaruhi nilai perusahaan.

Undang-undang No. 20 Tahun 2008 menggolongkan ukuran perusahaan kedalam 4 jenis sebagai berikut:

1. Usaha Mikro menurut UU No. 20 Th 2008 merupakan usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
2. Usaha kecil merupakan usaha produktif yang didirikan orang perorangan atau badan usaha dan bukan cabang maupun anak perusahaan yang dikuasai oleh usaha besar maupun usaha menengah serta sesuai dengan kriteria usaha kecil yang dijelaskan dalam UU No 20 Th 2008.
3. Usaha menengah merupakan usaha ekonomi produktif yang didirikan oleh orang perorangan atau badan usaha dan bukan termasuk anak perusahaan atau cabang yang dikuasai oleh usaha besar dan usaha kecil dengan ketentuan jumlah kekayaan sesuai dengan UU No. 20 Th 2008.
4. Usaha besar merupakan usaha ekonomi produktif yang didirikan oleh badan usaha dengan ketentuan jumlah aset bersih atau hasil penjualan per tahun lebih besar dari usaha menengah, meliputi usaha milik swasta, usaha milik negara, dan usaha asing yang kegiatan usahanya bertempat di Indonesia.

2.1.7. Pengungkapan CSR (Corporate Social Responsibility Disclosure)

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah tanggung jawab berkelanjutan yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk berperilaku kontributif guna membangun perekonomian dan dapat meningkatkan kualitas karyawan serta

masyarakat sekitar. Pengungkapan CSR ini dapat memberi cerminan terhadap kualitas suatu perusahaan yang kemudian diharapkan bisa berpengaruh terhadap keputusan pemegang saham mengambil keputusan investasi (Meze & Tohari, 2020).

Berdasarkan Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 mengenai perseroan terbatas, tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

Susanto (2009) menyatakan terdapat beberapa manfaat yang dapat diperoleh perusahaan dari aktivitas CSR ini, di antaranya adalah sebagai berikut:

1. mengurangi risiko dan tuduhan terhadap perlakuan tidak pantas yang diterima perusahaan. CSR akan meningkatkan penilaian terhadap perusahaan dalam jangka waktu lama.
2. Untuk melindungi perusahaan jika terdapat dampak buruk dari adanya sebuah krisis.
3. Keterlibatan dan kebanggaan karyawan. Seorang pekerja akan lebih senang dan bangga jika menjadi bagian dari perusahaan yang memiliki penilaian positif dari masyarakat luar.
4. Memperbaiki dan mempercepat hubungan antara perusahaan dengan para *stakeholdernya*.

pengungkapan CSR dapat dianalisis menggunakan laporan GRI (*Global Reporting Initiative*).

2.2. Review Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yulandani, Hartanti & Dwimulyani (2018) dan Mardevi & Suhendro (2020) yang meneliti mengenai faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan memperoleh hasil bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Agustina (2013), Andy & Jonardi (2020) dan Nurdiana & Fajri (2020) memperoleh hasil bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, yang artinya semakin tinggi nilai profitabilitas maka nilai perusahaan juga akan tinggi. Sedangkan Kolamban, Murni, & Baramuli (2020) menyatakan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hadi (2019) menemukan hasil bahwa leverage berpengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan, yang artinya semakin tinggi nilai dari *leverage* maka nilai perusahaan juga akan mengalami peningkatan. Kolamban, Murni, & Baramuli (2020) memperoleh hasil bahwa *leverage* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, yang artinya apabila nilai *leverage* tinggi akan menurunkan nilai perusahaan tersebut. Sedangkan Siahaan (2014) dan Yulianto & Widayari (2020) menemukan hasil bahwa *leverage* tidak dapat memengaruhi nilai perusahaan.

Siahaan (2014), Kusumawati, Astanto, & Chomsatun (2020) menemukan hasil bahwa *size* memiliki pengaruh pada nilai perusahaan. Khoiriyah (2018) memperoleh hasil jika *size* dapat memengaruhi nilai perusahaan secara positif, yang artinya semakin besar ukuran perusahaan maka akan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Sedangkan Kolamban, Murni, & Baramuli (2020) dan Mardevi

& Suhendro (2020) mendapatkan hasil bahwa *size* tidak memiliki pengaruh pada nilai perusahaan.

Penelitian oleh Pradipta & Suryono (2020) menyatakan bahwa pengungkapan CSR dapat memoderasi hubungan profitabilitas dengan nilai perusahaan. sedangkan Ferdiana & Widiawati (2020) dan Hadi (2019) memperoleh hasil jika pengungkapan CSR tidak dapat menjadi variabel moderasi dalam hubungan profitabilitas dengan nilai perusahaan.

Wulandari & Wiksuana (2017), Hadi (2019) dan Ferdiana & Widiawati (2020) mendapatkan hasil jika pengungkapan CSR dapat menjadi variabel moderasi dalam hubungan antara *leverage* dan nilai perusahaan. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan Safitri, Abrar, & Santoso (2018) dinyatakan jika pengungkapan CSR tidak dapat menjadi variabel pemoderasi dalam hubungan antara *leverage* dengan nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan Pradipta & Suryono (2020) memperoleh hasil bahwa pengungkapan CSR dapat memoderasi hubungan antara *size* dengan nilai perusahaan, yang artinya pengungkapan CSR dapat digunakan sebagai variabel pemoderasi. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan Yulandani, Hartanti, & Dwimulyani (2018) memperoleh hasil bahwa pengungkapan CSR tidak dapat memoderasi hubungan antara *size* dengan nilai perusahaan.

Penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya menunjukkan hasil yang tidak konsisten, sehingga peneliti ingin menguji kembali pengaruh variabel *leverage*, profitabilitas dan *size* terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi oleh pengungkapan CSR.

2.3. Pengembangan Hipotesis

2.3.1. Pengaruh *Leverage* terhadap nilai perusahaan

Rasio *leverage* dipergunakan untuk mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. *Leverage* adalah rasio yang menggambarkan hubungan antara utang perusahaan terhadap modal (Fahmi, 2013). Berdasarkan *Theory Trade Off* yang dikenalkan oleh Modigliani dan Miller 1963 pada artikel *American Economic Review* yang berjudul *Corporate Income Taxes on the Cost of Capital: A Correction*. Dalam *trade off theory* ini dijelaskan ide mengenai seberapa banyak tingkat hutang dan aset yang dimiliki perusahaan sehingga terjadi keselarasan antara biaya yang dikeluarkan dengan laba yang didapatkan. *Trade off theory* menyatakan bahwa besarnya utang akan memengaruhi nilai perusahaan secara negatif. Argumentasi yang dijadikan dasar pendapat ini adalah prediksi bahwa nilai sekarang melebihi penghematan pajak dari penggunaan hutang (Brigham & Houston, 2015).

Menurut penelitian Kolamban, Murni, & Baramuli (2020) terdapat pengaruh signifikan negatif dari *leverage* terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini menerangkan jika perusahaan dengan tingkat hutang yang cukup tinggi maka berisiko tinggi pula dalam pengembalian biaya hutang, hal ini dapat memengaruhi keinginan pemegang saham untuk menginvestasikan modalnya dalam perusahaan, berkurangnya keinginan investor mengakibatkan nilai perusahaan mengalami penurunan dimasa yang akan datang. Tingkat hutang yang besar akan membuat prioritas perusahaan membayar dividen semakin kecil karena keuntungan perusahaan berkurang dengan adanya biaya hutang perusahaan. pernyataan

tersebut sejalan dengan penelitian Kusumawati, Astanto, & Chomsatu (2020) yang menyatakan bahwa *leverage* memiliki pengaruh yang negatif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan tinjauan pustaka dan beberapa penelitian terdahulu yang sudah disebutkan di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H1: *Leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan

2.3.2. Pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk dalam memperoleh keuntungan dalam suatu periode tertentu (Kasmir, 2011). Profitabilitas memberikan gambaran seberapa efektif perusahaan beroperasi sehingga memberikan keuntungan bagi perusahaan. Profitabilitas bisa dihitung dengan mengaitkan *margin* perusahaan dari kegiatan pokok dengan aset yang dimiliki untuk menghasilkan *margin* perusahaan (Kasmir, 2011).

Teori *Signal* membuktikan jika perusahaan memiliki nilai profitabilitas yang tinggi maka prospek dari perusahaan tersebut dikatakan baik sehingga dapat menarik investor untuk menambah permintaan saham, karena permintaan saham yang meningkat ini dapat meningkatkan nilai perusahaan. (Brigham & Houston, 2015). Dengan teori tersebut dapat disimpulkan bahwa profitabilitas yang tinggi juga akan meningkatkan nilai perusahaan tersebut, artinya profitabilitas memiliki pengaruh positif pada nilai perusahaan.

Yulianto dan Widayari (2020) menemukan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara profitabilitas yang dihitung menggunakan ROA atas nilai perusahaan, dimana jika nilai profitabilitas besar maka akan nilai perusahaan juga

akan mengalami peningkatan. Pernyataan tersebut sejalan dengan Nurdiana & Fajri (2020) yang menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Berarti ketika profitabilitas sebuah perusahaan meningkat maka hal tersebut juga akan meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan tinjauan pustaka dan beberapa penelitian terdahulu yang sudah disebutkan sebelumnya, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H2: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

2.3.3. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan

Size merupakan variabel berikutnya yang memengaruhi nilai perusahaan. Skala perusahaan dapat diukur dari aset yang dimiliki, jika aset yang dimiliki besar maka skala perusahaan juga besar dan semakin besar pula nilai ekspansinya berdasarkan penilaian aset. Ukuran perusahaan diyakini akan memengaruhi nilai perusahaan. Berdasarkan Teori *Signal* ukuran perusahaan ini dapat memengaruhi investor agar menaruh investasinya pada perusahaan tersebut. Semakin besar ukuran suatu perusahaan akan semakin meyakinkan para investor untuk memberikan dananya.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Siahaan (2014) menyatakan bahwa Ukuran perusahaan (*Size*) berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Artinya semakin besar perusahaan akan menambah daya tarik investor untuk menanamkan sahamnya pada perusahaan tersebut, sehingga dapat meningkatkan nilai dari perusahaan. Penelitian lainnya dilakukan oleh Khoiriyah (2018) menghasilkan kesimpulan bahwasanya *Size* berpengaruh terhadap nilai perusahaan secara

positif. Berdasarkan tinjauan pustaka dan beberapa penelitian terdahulu yang sudah disebutkan di atas, maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H3: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

2.3.4. Hubungan antara pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi oleh pengungkapan CSR

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah tanggung jawab berkelanjutan yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk berperilaku kontributif guna membangun perekonomian dan dapat meningkatkan kualitas karyawan serta masyarakat sekitar. Pengungkapan CSR ini dapat memberi cerminan terhadap kualitas suatu perusahaan yang kemudian diharapkan bisa berpengaruh terhadap keputusan pemegang saham mengambil keputusan investasi (Meze & Tohari, 2020).

Manajemen perusahaan yang memiliki nilai *leverage* besar cenderung akan menekan pengungkapan CSR agar tidak menimbulkan atensi dari pihak *debtholders*, hal ini tentu saja dapat meningkatkan nilai perusahaan. Namun, apabila tingkat leverage nya tinggi dan diimbangi dengan pengungkapan CSR yang tinggi pula akan berdampak pada penurunan nilai dari perusahaan tersebut. Wulandari & Wiksuana (2017) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel pemoderasi mampu memoderasi hubungan antara leverage dengan nilai perusahaan. Berdasarkan tinjauan pustaka dan beberapa penelitian terdahulu yang sudah disebutkan, maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H4: Pengungkapan CSR memengaruhi hubungan antara Leverage terhadap nilai perusahaan

2.3.5. Pengaruh pengungkapan CSR dalam memoderasi hubungan antara Profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Menurut Meze & Tohari (2020) *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah tanggung jawab berkelanjutan yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk berperilaku kontributif guna membangun perekonomian dan dapat meningkatkan kualitas karyawan serta masyarakat sekitar. Pengungkapan CSR ini dapat memberi cerminan terhadap kualitas suatu perusahaan yang kemudian diharapkan bisa berpengaruh terhadap keputusan pemegang saham mengambil keputusan investasi.

Penelitian yang dilakukan Yendrawati & Pratidina (2015) menunjukkan hasil bahwa profitabilitas memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan secara positif. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Pramana & Mustanda (2016) bahwa perusahaan yang memiliki nilai profitabilitas yang besar lebih cenderung untuk meningkatkan tanggung jawab sosialnya guna memberi keyakinan pada pemegang saham bahwa perusahaan memperhatikan dampak dalam jangka panjang dengan meningkatkan nilai dari perusahaan. Pradipta & Suryono (2020) menyatakan bahwa dengan metode uji Moderated Regression Analysis (MRA) didapatkan kesimpulan jika pengungkapan CSR dapat memoderasi profitabilitas yang diprosikan oleh ROA terhadap nilai perusahaan. Hal ini membuktikan bahwa variabel pengungkapan CSR dapat digunakan sebagai variabel

pemoderating. Bersumber dari tinjauan pustaka dan beberapa penelitian terdahulu yang sudah disebutkan, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H5: Pengungkapan CSR memengaruhi hubungan antara Profitabilitas terhadap nilai perusahaan

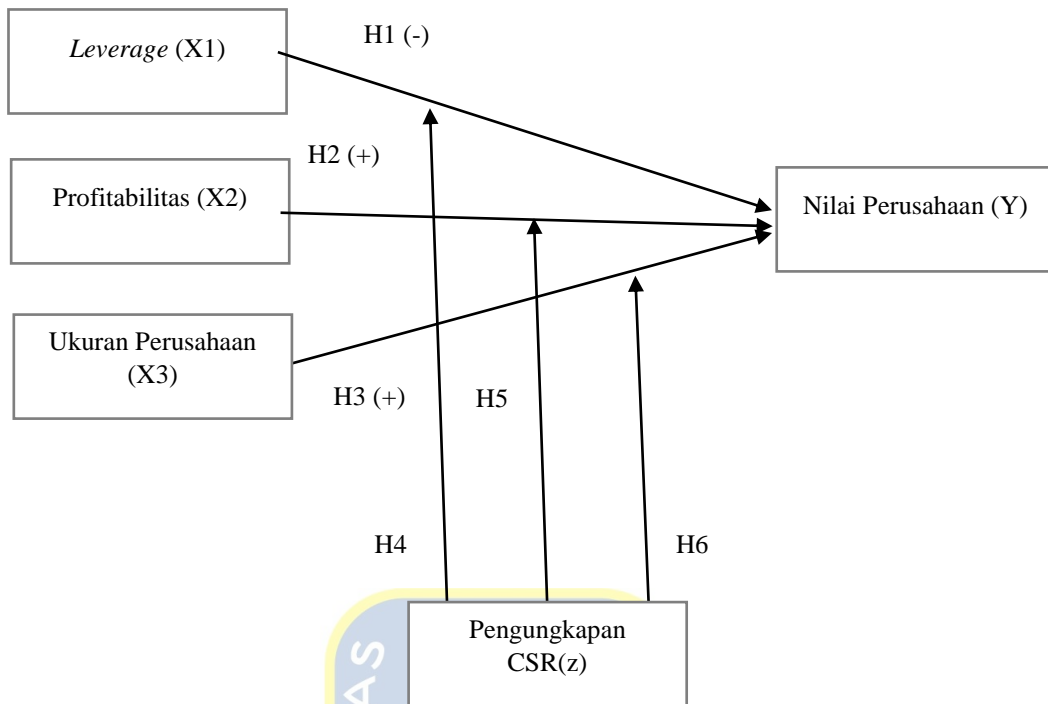
2.3.6. Hubungan antara pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi oleh pengungkapan CSR

Susanti & Santoso (2011) menyatakan jika perusahaan semakin besar maka peran CSR nya menjadi penting. Oleh karenanya, perusahaan diharapkan dapat melaksanakan program sosial dengan baik untuk meningkatkan citra baik perusahaan dimata investor. Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwasanya pengungkapan CSR yang baik mampu menguatkan hubungan antara *size* dengan nilai perusahaan. Menurut Pradipta & Suryono (2020) bahwa dengan menggunakan uji *Moderated Regression Analysis* (MRA) didapatkan hasil jika pengungkapan CSR dapat memoderasi hubungan *Size* terhadap nilai perusahaan, yang artinya pengungkapan CSR dapat digunakan sebagai variabel pemoderating. Berdasarkan tinjauan pustaka dan beberapa penelitian terdahulu yang sudah disebutkan, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

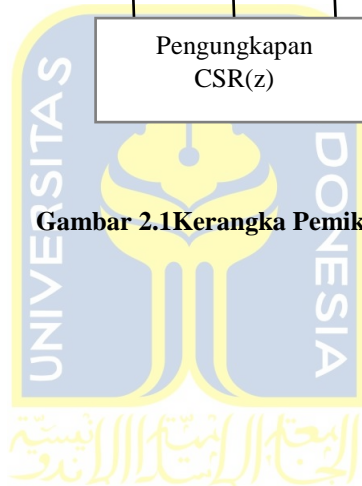
H6: Pengungkapan CSR memengaruhi hubungan antara Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan

2.4. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan latar belakang masalah dan penelitian terdahulu, maka variabel yang terkait dengan penelitian ini dapat dirumuskan melalui sebuah kerangka pemikiran seperti yang digambarkan berikut ini:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



BAB 111

METODE PENELITIAN

3.1. Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan sub sektor kosmetik dan kebutuhan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk tahun 2015-2019. Berdasarkan *Indonesian Capital Market Dictionary* perusahaan kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ada 7 perusahaan.

Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang representatif sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Adapun beberapa kriteria dari sampel yang akan digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode tahun 2015-2019.
2. Melaporkan laporan keuangan tahunan secara lengkap pada periode tahun 2015-2019.

3.2. Data dan Sumber Data

Sumber data yang dikumpulkan dan digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber. Teknik dalam pengumpulan datanya juga melalui beberapa studi pustaka terhadap jurnal serta penelitian terdahulu. Data-data tersebut diperoleh dari laporan tahunan (*annual report*) perusahaan sektor kosmetik dan perlengkapan rumah tangga yang terdaftar di

Bursa Efek Indonesia melalui *website* www.idx.co.id serta *website* masing-masing perusahaan.

3.3. Definisi operasional dan pengukuran variabel penelitian

3.3.1. Variabel Terikat (Variabel Dependen)

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel independen atau variabel bebas (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini variabel dependennya yang digunakan adalah nilai perusahaan yang diproksikan dengan PBV (Y). PBV mengukur nilai yang diberikan pasar kepada manajemen perusahaan sebagai sebuah perusahaan yang terus bertumbuh PBV dapat dicari dengan rumus:

$$PBV = \frac{\text{Harga Perlembar Saham}}{\text{Nilai Buku Perlembar Saham}}$$

3.3.2. Variabel Bebas (Variabel Independen)

Sugiyono (2017) mengatakan variabel independen atau variabel bebas merupakan variabel yang berpengaruh atau yang menjadi sebab adanya perubahan atau munculnya variabel dependen (terikat). Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Leverage* yang diproksikan oleh *Debt to Equity Ratio* (DER) sebagai X₁, profitabilitas yang diproksikan oleh *Return On Asset* (ROA) sebagai X₂, dan ukuran perusahaan (*size*) sebagai X₃.

3.3.2.1. Leverage (DER)

Fahmi (2013) menyatakan bahwa *Leverage* merupakan rasio yang menggambarkan hubungan antara utang perusahaan terhadap modal. Rasio yang digunakan untuk mengukur *leverage* adalah *Debt to Equity* (DER). Di mana DER yang semakin besar menunjukkan bahwa struktur modal yang berasal dari utang

semakin besar yang digunakan untuk mendanai ekuitas yang ada. Untuk menentukan nilai dari DER (*Debt to Equity Ratio*) dapat menggunakan rumus di bawah ini:

$$DER = \frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Equity}} \times 100\%$$

3.3.2.2. *Return on Asset (ROA)*

Profitabilitas memberikan gambaran seberapa efektif perusahaan beroperasi sehingga memberikan keuntungan bagi perusahaan. Profitabilitas adalah rasio untuk menilai kemampuan dalam mencari keuntungan. Profitabilitas sebuah perusahaan dapat diukur dengan menghubungkan antara keuntungan atau laba yang diperoleh dari kegiatan pokok perusahaan dengan kekayaan atau aset yang dimiliki untuk menghasilkan keuntungan perusahaan (Kasmir, 2016). Rumus yang digunakan untuk menentukan Profitabilitas adalah ROA (*Return on Asset*) rumusnya adalah sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Net Income after tax (year } x)}{\text{Average Total assets (year } x-1 + \text{year } x)}$$

3.3.2.3. *Ukuran Perusahaan (Size)*

Size merupakan besar kecilnya perusahaan dapat diukur dengan total aktiva/ besar harta perusahaan dengan menggunakan perhitungan nilai logaritma total aktiva. Ukuran perusahaan dapat memengaruhi kinerja sosial perusahaan karena perusahaan yang besar mempunyai pandangan yang lebih jauh sehingga lebih berpartisipasi dalam membuat kinerja sosial perusahaan (Hartono, 2008).

Untuk menghitung Ukuran perusahaan dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Size = Ln (\text{Total Asset})$$

3.3.3. Variabel Pemoderasi

Variabel pemoderasi adalah variabel yang memengaruhi (memperkuat dan memperlemah) hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat (Sugiyono, 2017).

Variabel moderasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai Z, yang akan diukur menggunakan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI). Pengungkapan CSR menurut Mathews (1995) adalah proses mengkomunikasikan dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi suatu organisasi terhadap kelompok masyarakat khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Pengungkapan CSR dapat mencerminkan derajat perusahaan yang kemudian mampu memberikan pengaruh terhadap pengambilan keputusan investasi pemegang saham.

Menghitung pengungkapan CSR dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$CSRDI_x = \frac{\sum xi}{ni}$$

$CSRDI_x$ = *Corporate Social Responsibility Index Disclosure* perusahaan x

\sum_{xi} = Jumlah item pengungkapan yang dipenuhi

Ni = Jumlah seluruh item pengungkapan yang berjumlah 91

3.4. Metode Analisis

3.4.1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis ini digunakan untuk menggolongkan data dalam memberikan gambaran keadaan data yang dapat dilihat melalui nilai rata-rata, nilai minimum, nilai maksimum dan standar deviasi (Ghozali, 2016)

3.4.1. Uji Asumsi Klasik

3.4.1.1. Uji Normalitas

Uji normalitas Merupakan Uji yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel yang dipergunakan dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak. Untuk mengetahui variabel berdistribusi normal atau tidak dapat menggunakan teknik analisis *Kolmogorov Smirnov* dengan perhitungan menggunakan SPSS. Dengan kesimpulan apabila nilai signifikansi < dari tingkat alpha (α) sebesar 0.05 maka variabel tidak memiliki distribusi secara normal. Dan berlaku kebalikan jika nilai signifikansi lebih besar dari tingkat alpha (α) sebesar 0,05 jadi variabel memiliki distribusi secara normal.

3.4.1.2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel dalam model regresi memiliki korelasi yang kuat atau tidak. Uji multikolinearitas ini biasanya digunakan jika variabel independennya lebih dari satu. Untuk mengetahui model regresi memiliki korelasi kuat atau tidak adalah dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai VIF lebih kecil dari 10 atau nilai *tolerance* lebih dari 0,10 maka ada gejala multikolinearitas.

Sebaliknya apabila nilai VIF lebih besar dari 10 atau nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 maka tidak ada gejala multikolinearitas.

3.4.1.3. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi merupakan metode analisis yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antar data penelitian. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode *Run Test* yang merupakan bagian dari uji statistik *non-parametric*, yang pengambilan keputusannya didasarkan pada nilai *Asymp. Sig (2-tailed)*. Dengan kriteria uji autokorelasi berikut ini:

- Jika nilai *Asymp. Sig (2-tailed) > 0,05* maka dapat disimpulkan tidak terdapat gejala autokorelasi.
- Jika nilai *Asymp. Sig (2-tailed) < 0,05* maka dapat disimpulkan terdapat gejala autokorelasi.

Uji *Run Test* ini akan memberikan kesimpulan yang lebih pasti jika terjadi masalah pada *Durbin Watson Test* (Ghozali, 2016).

3.4.1.4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi terdapat ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain dalam model regresi. Untuk menguji keberadaan heteroskedastisitas dapat menggunakan uji *Glejser*. Uji *glejser* ini akan menilai signifikansi dari masing-masing variabel. Apabila nilai signifikansinya $>$ tingkat alpha 0,05, maka dalam model regresi tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas. Pengujian ini akan dilakukan dengan aplikasi SPSS.

3.4.1.5. Uji Adjusted R Square (Adj. R²)

Uji *Adjusted R Square* (Adj. R²) ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar tingkat kontribusi yang diberikan oleh variabel independen dalam memengaruhi variabel dependen. Tingkat nilai koefisien determinasi adalah antara 0-1. Dalam hal ini jika tingkat nilai koefisien determinasi semakin besar atau mendekati 1 maka pengaruh yang diberikan oleh variabel independen terhadap variabel dependen sangat kuat. Dan jika tingkat nilai koefisien determinasi yang diberikan semakin kecil atau mendekati nilai 0 maka pengaruh yang diberikan semakin lemah.

3.4.2. Uji Model

3.4.2.1. Uji F

Tujuan dari uji F adalah untuk mengetahui apakah model yang digunakan dalam penelitian ini layak atau tidak untuk dipergunakan. Dalam pengukurannya jika nilai probabilitas kurang dari 0,05 maka model regresi dalam penelitian tersebut layak untuk digunakan, dan sebaliknya jika nilai probabilitasnya lebih dari 0,05 maka model regresi dalam penelitian tersebut tidak layak untuk digunakan.

3.4.3. Uji Hipotesis

3.4.3.1. Uji Signifikansi Individual (Uji t)

Uji t bertujuan untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel bebas (Independen) terhadap variabel terikat (Dependen) secara individu (Ghozali, 2016)

Berikut ini kriteria pengambilan keputusan yang digunakan dalam pengujian ini:

- a. Apabila $P \text{ value} < \alpha = 0.05$ dikatakan bahwa variabel bebas (independen) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (dependen) secara individual.
- b. Apabila $P \text{ value} > \alpha = 0.05$ dikatakan bahwa variabel bebas (independen) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (dependen) secara individual.

3.4.3.2. Uji Moderated Regression Analysis (MRA)

Uji Moderated Regression Analysis ini merupakan alat uji statistik yang menjelaskan mengenai pola hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2017). *Model Regression Analysis* (MRA) sendiri merupakan uji khusus regresi berganda linier guna mengetahui seberapa jauh variabel independen memengaruhi variabel dependen dan variabel moderasi. Apabila nilai $P \text{ value} < 0,05$ maka dapat dikatakan variabel pemoderasi mampu memoderasi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Rumus persamaan persamaan uji MRA seperti yang tertera di bawah ini:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_1 * Z + \beta_5 X_2 * Z + \beta_6 X_3 * Z + \varepsilon$$

Keterangan:

Y	: Nilai Perusahaan
α	: Konstanta
β	: Koefisien Regresi
X1	: Leverage
X2	: Profitabilitas
X3	: Size
Z	: CSR
X1*Z	: Interaksi antara Leverage (DER) dengan CSR
X2*Z	: Interaksi antara Profitabilitas (ROA) dengan CSR
X3*Z	: Interaksi antara Size dengan CSR
ε	: Error

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Objek Penelitian

Pada sesi ini akan membahas tahapan dan pengolahan data yang berikutnya akan dilakukan analisis mengenai “Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas, dan *Size* Terhadap Nilai Perusahaan Yang Terdaftar di BEI dengan Pengungkapan CSR Sebagai Variabel Pemoderating”. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yaitu data yang diperoleh dari sumber yang sudah ada yakni berasal dari Bursa Efek Indonesia (BEI), berupa laporan tahunan pada perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang telah terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019. Dari kriteria yang ditentukan maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 6 perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar dalam BEI yang melaporkan laporan tahunan periode 2015-2019.

Metode pemilihan sampel dalam penelitian ini merupakan metode *purposive sampling*, yang artinya sampel dipilih berdasarkan beberapa kriteria tertentu sesuai dengan yang akan digunakan dalam penelitian yaitu pada perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang sudah terdaftar BEI pada periode 2015-2019. Berikut ini merupakan kriteria dalam pemilihan sampel penelitian:

Table 4.1 Kriteria Pengambilan Sampel Penelitian

No.	Kriteria Pemilihan Sampel	Jumlah
1.	Perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI tahun 2015-2019	7
2.	Yang tidak menerbitkan laporan tahunan dan laporan keuangan audit tahun secara lengkap dan konsisten dari tahun 2015-2019	(1)
3.	Jumlah sampel perusahaan	6
4.	Jumlah observasi (6 x 5 tahun)	30

Berdasarkan tabel 4.1. ditetapkan sebanyak 6 perusahaan yang memenuhi kriteria sebagai sampel dalam penelitian ini.

4.2. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk mengelompokkan data dalam memberikan gambaran keadaan data yang dapat dilihat melalui nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata, dan standar deviasi (Ghozali, 2016)

Table 4.2 Statistik Deskriptif

Statistik Deskriptif					
	Frekuensi	Nilai minimum	Nilai maksimum	Rata-rata	Standar deviasi
DER	30	,214	2,909	,858	,686
ROA	30	-,176	,474	,104	,155
SIZE	30	21,89	28,57	24,94	,356
PBV	30	,178	12.586,21	2.016,99	3.928,68
CSRDI	30	,022	,209	,082	,046

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan hasil bahwa nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata serta standar deviasi yang dijelaskan sebagai berikut :

a. *Debt to Equity Ratio (DER)*

Berdasarkan hasil statistik deskriptif penelitian pada tabel di atas dapat dilihat masing-masing variabel, pada variabel *leverage* yang diprosikan

oleh *Debt to Equity Ratio* (DER) mendapatkan nilai minimum sebesar 0,214 yang diperoleh PT. Mandom Tbk, nilai maksimum sebesar 2,909 yang diperoleh PT. UNILEVER Indonesia Tbk. Untuk nilai *Mean* diperoleh 0,858. Dan nilai standar deviasi diperoleh 0,686 yang artinya penyebaran data adalah sebesar 0,686 dari 6 sampel perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI.

b. *Return On Asset* (ROA)

Diketahui pada variabel profitabilitas yang dihitung menggunakan *Return On Asset* (ROA) mendapatkan nilai minimum sebesar -0,176 dari seluruh sampel yang ada dan diperoleh PT. Martina Berto Tbk. Nilai maksimum yang dihasilkan sebesar 0,474 dari seluruh sampel diperoleh PT. UNILEVER Indonesia Tbk. *Mean* yang diperoleh dari seluruh sampel perusahaan adalah 0,104 serta besarnya standar deviasi adalah 0,155 yang artinya penyebaran data adalah sebesar 0,155 dari 6 sampel perusahaan.

c. *Size*

Untuk variabel *size* diperoleh nilai minimum sebesar 21,89 dari seluruh sampel perusahaan dimiliki oleh PT. Kino Indonesia Tbk. Nilai maksimum sebesar 28,57 dari seluruh sampel diperoleh PT. Mandom Indonesia Tbk. *Mean* diperoleh sebesar 25,94. Serta standar deviasi diperoleh nilai sebesar 2,356 yang artinya penyebaran data adalah 2,356 dari 6 sampel perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI.

d. *Price to Book Value* (PBV)

Pada variabel nilai perusahaan yang dilambangkan dengan PBV nilai minimum sebesar 0,178 dari seluruh sampel penelitian yaitu diperoleh PT. Mustika Ratu Tbk. Nilai maksimum yang didapat adalah 12.586,21 yang diperoleh PT. UNILEVER Indonesia Tbk. Besarnya *Mean* yang didapatkan adalah 2.016,99 dari seluruh sampel perusahaan. Dan besarnya standar deviasi adalah 3.928,68 yang artinya penyebaran data adalah sebesar 3.928,68 dari 6 sampel perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI.

e. Pengungkapan CSR (CSRDI)

Dari variabel CSRDI dapat dihasilkan nilai minimum sebesar 0,022 diperoleh PT. Mustika Ratu Tbk. Nilai maksimum diperoleh 0,209 didapatkan PT. UNILEVER Indonesia Tbk, hal ini menunjukkan bahwa dari 6 sampel perusahaan pengungkapan yang paling sedikit adalah 2,2% dan paling banyak adalah 20,9% dari 91 indeks yang ada. Besarnya *mean* 0,082 dari seluruh sampel perusahaan. Standar deviasi yang didapat sebesar 0,046 yang artinya penyebaran data sebesar 0,046 dari 6 sampel perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI.

4.3. Uji Asumsi Klasik

4.3.1. Uji Normalitas

Uji normalitas Merupakan Uji yang bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel yang dipergunakan dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak. Dengan kesimpulan jika tingkat signifikansi lebih kecil dari tingkat alpha (α) sebesar 0,05 maka variabel residual tidak memiliki distribusi secara normal.

Hasil uji normalitas dengan *Kolmogorov Smirnov Test* dapat ditunjukkan pada tabel

4.3. berikut:

Table 4.3 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
Jumlah sampel		30
Parameter normalitas	Rata-rata	,000
	Std. Deviasi	1,200
Perbedaan paling ekstrim	Absolut	,143
	Positif	,100
	Negatif	-,143
<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>		,786
Asymp. Sig. (2-tailed)		,567

Sumber: Hasil olah data, 2021

Dari pengujian normalitas dengan *Kolmogorov Smirnov Test* di atas menunjukkan jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) 0,567 lebih > dari 0,05 sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwasanya data yang dipergunakan pada penelitian ini berdistribusi normal.

4.3.2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel dalam model regresi memiliki korelasi yang kuat atau tidak. Uji multikolinearitas ini biasanya digunakan jika variabel independennya lebih dari satu. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel 4.4. berikut ini:

Table 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	<i>Tolerance</i>	VIF
DER	,464	2,156
ROA	,509	1,965
SIZE	,678	1,474

Sumber: Hasil olah data, 2021

Dilihat dari tabel 4.4. di atas menunjukkan bahwa variabel bebas mempunyai nilai tolerance lebih dari 0,1 dan memiliki nilai VIF kurang dari 10. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

4.3.3. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi merupakan metode analisis yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antar data penelitian. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode *Run Test* yang merupakan bagian dari uji statistik *non-parametric*.

Table 4.5 Hasil Uji Autokorelasi

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	228,158
Cases < Test Value	15
Cases >= Test Value	15
Total Cases	30
Number of Runs	13
Z	-,929
Asymp. Sig. (2-tailed)	,353

Sumber: Hasil olah data, 2021

Berdasarkan hasil uji autokorelasi yang ditunjukkan oleh tabel 4.5. diperoleh hasil nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar $0,353 > 0,05$ yang artinya tidak terdapat gejala autokorelasi dalam model regresi pada penelitian tersebut.

4.3.4. Uji Heteroskedastisitas

Untuk menguji keberadaan heterokedastisitas dapat menggunakan uji Glejser. Uji glejser ini akan menilai signifikansi dari masing-masing variabel. Pengujian ini akan dilakukan dengan aplikasi SPSS. Berikut adalah hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji *glejser*:

Table 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas-Glejser

Variabel	T hitung	Sig.
SIZE	1,626	,116
DER	,679	,503
ROA	,638	,530

Sumber: Hasil olah data, 2021

Sesuai dengan hasil pengujian menggunakan SPSS yang pada tabel 4.6. diperoleh nilai signifikansi lebih dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa data dalam model regresi ini tidak terdapat adanya heteroskedastisitas.

4.4. Uji Hipotesis

4.4.1. Analisis Regresi Moderasi

Model Regression Analysis (MRA) merupakan uji khusus regresi berganda linier di mana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi dengan rumus persamaan seperti yang tertera di bawah ini:

Table 4.7 Hasil Analisis Uji Regresi (MRA)

Variabel	Koefisien Regresi (β)	T _{hitung}	P _{value}	Keterangan
(Constant)	9.951,983	3,429	,002	-
DER	957,319	1,092	,286	H ₁ Ditolak
ROA	8.587,384	4,226	,000	H ₂ Gagal Ditolak
SIZE	-373,557	-3,708	,001	H ₃ Ditolak
DER*CSRDI	13.988,867	2,489	,020	H ₄ Gagal Ditolak
ROA*CSRDI	8.390,071	1,967	,061	H ₅ Ditolak
SIZE*CSRDI	-699,795	-2,061	,051	H ₆ Ditolak
<i>R Square</i> = 0,936 <i>Adj R Square</i> = 0,919 N = 30		F statistik = 55,633 Sig. F = 0,000		

Sumber: Hasil Olah Data Regresi Linier Berganda, 2021.

Hasil analisis regresi linier berganda menggunakan SPSS diperoleh rumus sebagai berikut:

$$Y = 9.951,983 + 957,319\text{DER} + 8.587,384\text{ROA} - 373,557\text{SIZE} + 13.988,867\text{DER}*\text{CSRDI} + 8.390,071\text{ROA}*\text{CSRDI} - 699,795\text{SIZE}*\text{CSRDI} + \varepsilon$$

4.4.2. Uji Adjusted R Square (Adj. R²)

Uji *Adjusted R Square* ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar tingkat kontribusi yang diberikan oleh variabel independen dalam memengaruhi variabel dependen. Tingkat nilai koefisien determinasi adalah antara 0-1.

Berdasarkan tabel 4.7 di atas diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,919. Hal ini memiliki arti bahwa 91,9% variasi nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh variasi dari leverage (DER), profitabilitas (ROA), ukuran perusahaan (SIZE), interaksi leverage dengan pengungkapan CSR (DER*CSRDI), interaksi antara profitabilitas dengan pengungkapan CSR (ROA*CSRDI), interaksi ukuran perusahaan dengan pengungkapan CSR (SIZE*CSRDI), sedangkan sisanya sebesar 8,1% dapat dijelaskan oleh faktor lain yang tidak disertakan dalam model penelitian ini.

4.4.3. Uji t (*t-test*)

Uji t bertujuan guna mengetahui seberapa jauh variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat secara individual (Ghozali, 2016)

Berikut ini kriteria pengambilan keputusan yang digunakan dalam pengujian ini:

- a. Apabila nilai *P value* < $\alpha = 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa variabel independen dapat memengaruhi variabel dependen secara individual.
- b. *P value* > $\alpha = 0,05$ maka dapat diartikan bahwa variabel independen tidak dapat memengaruhi variabel dependen secara individual.

Berdasarkan tabel 4.7 di atas, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Leverage yang diproksikan oleh DER memperoleh hasil koefisien regresi sebesar 957,319 dan nilai *P value* sebesar 0,286 di mana lebih besar dari tingkat $\alpha = 0,05$ serta $t_{hitung} 1,092 < t_{tabel} 2,048$, yang berarti *leverage* yang dihitung dengan DER tidak dapat memengaruhi nilai perusahaan secara individual.

Profitabilitas yang diukur oleh *Return on Assers* (ROA) memperoleh hasil koefisien regresi sebesar 8.587,384 dan nilai *p value* sebesar 0,000 di mana lebih kecil dari tingkat $\alpha = 0,05$ serta $t_{hitung} 4,226 > t_{tabel} 2,048$, maka dapat diartikan bahwa profitabilitas yang diproksikan oleh ROA berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

Ukuran Perusahaan (*Size*) memperoleh hasil berupa koefisien regresi sebesar -373,557 dan nilai *p value* sebesar 0,001 di mana lebih kecil dari tingkat $\alpha = 0,05$ serta $t_{hitung} -3,708 > t_{tabel} 2,048$, maka dapat diartikan bahwa *size* berpengaruh secara negatif terhadap Nilai Perusahaan.

Pengungkapan CSR (CSRDI) sebagai variabel pemoderating dari *leverage* dengan nilai perusahaan memperoleh hasil berupa koefisien regresi sebesar 13.988,867 dan nilai *p value* sebesar 0,020 di mana lebih kecil dari tingkat $\alpha = 0,05$ serta $t_{hitung} 2,489 > t_{tabel} 2,048$, maka dapat diartikan bahwa pengungkapan CSR (CSRDI) dapat memoderasi hubungan antara *leverage* yang dihitung menggunakan rumus DER dengan nilai perusahaan.

Pengungkapan CSR (CSRDI) sebagai variabel moderasi dari Profitabilitas dengan nilai perusahaan memperoleh hasil koefisien regresi sebesar 8.390,071 dan nilai *p value* sebesar 0,061 di mana lebih besar dari tingkat $\alpha = 0,05$, serta nilai

$t_{hitung} 1,967 < t_{tabel} 2,048$, yang artinya pengungkapan CSR sebagai variabel moderasi tidak dapat memoderasi hubungan antara profitabilitas dengan Nilai Perusahaan.

Pengungkapan CSR (CSRDI) sebagai variabel moderasi ukuran perusahaan (*size*) dengan nilai perusahaan memperoleh hasil koefisien regresi sebesar -699,795 dan memiliki nilai *p value* sebesar 0,051 di mana lebih besar dari tingkat $\alpha = 0,05$. Maka dapat diartikan bahwasanya pengungkapan CSR tidak dapat memoderasi hubungan antara *size* dengan Nilai Perusahaan.

4.5. Uji Model

4.5.1. Uji f (*F-test*)

Penggunaan uji f ini untuk mengetahui apakah model regresi yang digunakan dalam penelitian tersebut layak atau tidak untuk digunakan. Jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka model regresi dalam penelitian dikatakan layak digunakan, sedangkan jika nilai probabilitasnya $> 0,05$ maka model regresi tidak layak untuk digunakan dalam penelitian tersebut.

Berdasarkan tabel 4.7 di atas didapatkan nilai probabilitas (*p value*) sebesar 0,000 di mana lebih kecil dari tingkat $\alpha = 0,05$, yang artinya model tersebut layak untuk digunakan dalam penelitian ini.

4.6. Pembahasan

4.6.1. Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis 1 memprediksi adanya pengaruh negatif yang signifikan dari hubungan *leverage* dan nilai perusahaan. Berdasarkan analisis yang dilakukan didapatkan hasil jika *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai

perusahaan, dengan ini hipotesis 1 yang menyatakan **leverage berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan ditolak**. *Leverage* memperoleh hasil yang tidak signifikan terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Prasetyorini (2013), Kadim & Sunardi (2019) dan Situmorang & Sinabutar (2020).

Hipotesis di atas ditolak dapat diakibatkan karena perusahaan dalam mendanai aktivitasnya cenderung menggunakan modal dari internal perusahaan (*internal financing*) yang berasal dari laba ditahan (*retained earning*) dan modal saham daripada hutang. Ketersediaan dana dari modal sendiri yang cukup untuk membiayai seluruh aktivitas perusahaan mengurangi proporsi hutang dari perusahaan tersebut, karena dengan penggunaan hutang yang berlebihan akan mengakibatkan pengurangan manfaat yang akan diterima tidak sebanding dengan biaya yang ditimbulkan.

4.6.2. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis 2 memprediksi adanya hubungan yang positif antara profitabilitas dengan nilai perusahaan. Berdasarkan analisis yang sudah dilakukan diperoleh hasil profitabilitas yang diprosikan oleh ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dengan ini hipotesis 2 yang menyatakan **profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan gagal ditolak**, yang artinya semakin besar nilai dari profitabilitas maka akan meningkatkan nilai perusahaan, hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Agustina (2013), Yulianto & Widayarsi (2020), Andy & Jonardi (2020) dan Nurdiana & Fajri (2020).

Hipotesis di atas diterima karena dengan profitabilitas yang tinggi dapat meningkatkan kepercayaan para investor untuk membeli saham perusahaan yang diharapkan dapat menghasilkan laba yang lebih besar pada masa mendatang, dengan meningkatnya permintaan saham akan berpengaruh terhadap kenaikan harga saham dan akan meningkatkan nilai dari perusahaan. Hasil penelitian ini diperkuat oleh *signalling theory* yang menunjukkan jika tingkat profitabilitas mengalami kenaikan maka akan menjadi sinyal yang baik untuk investor, karena dengan tingkat profitabilitas yang tinggi mencerminkan kinerja perusahaan yang baik dengan itu investor akan memiliki ketertarikan untuk menanamkan modalnya pada perusahaan, maka dapat disimpulkan bahwa profitabilitas yang tinggi mencerminkan prospek perusahaan yang bagus dimasa yang akan datang.

4.6.3. Pengaruh Ukuran perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis 3 memprediksi adanya pengaruh positif yang signifikan dalam hubungan antara ukuran perusahaan (*size*) dengan nilai perusahaan. Setelah dilakukan pengujian diperoleh hasil ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, yang artinya semakin besar ukuran perusahaan akan dapat menurunkan nilai perusahaan tersebut. Oleh karena itu hipotesis 3 yang menyatakan **Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan ditolak**. Penelitian ini didukung oleh Hirdinis (2019) dan Octavus & Adiputra (2020).

Hipotesis ini ditolak kemungkinan disebabkan karena apabila ukuran perusahaan semakin besar maka akan membutuhkan dana yang besar pula untuk menunjang operasionalnya, salah satu alternatif pemenuhannya adalah dengan

modal dari asing apabila modal sendiri tidak mencukupi, hal ini lah yang menjadi salah satu bahan pertimbangan beberapa investor untuk tetap berinvestasi di saham perusahaan tersebut atau tidak, menurunnya permintaan saham perusahaan ini dapat menyebabkan nilai saham juga ikut mengalami penurunan. Maka dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan yang besar dapat menurunkan nilai perusahaan.

4.6.4. Pengaruh pengungkapan CSR dalam memoderasi hubungan antara *leverage* dengan nilai perusahaan

Hipotesis 4 memprediksi adanya pengaruh pengungkapan CSR dalam memoderasi hubungan antara *leverage* dengan nilai perusahaan. Berdasarkan hasil analisis diperoleh hasil bahwa pengungkapan CSR dapat digunakan sebagai variabel pemoderating hubungan antara *leverage* dan nilai perusahaan, maka dengan ini hipotesis 4 yang menyatakan Pengungkapan CSR dapat memoderasi hubungan antara *leverage* dengan nilai perusahaan gagal **ditolak**. Penelitian ini terdukung beberapa penelitian terdahulu oleh Wulandari & Wiksuana (2017), Hadi (2019), dan Ferdiana & Widiawati (2020).

Pengungkapan CSR dapat memoderasi pengaruh *leverage* dengan nilai perusahaan hal ini dikarenakan meskipun perusahaan memiliki tingkat *leverage* yang tinggi, namun juga memiliki hubungan baik dengan *debtholders* dan perusahaan juga dapat menyediakan informasi sosial yang baik maka perusahaan tersebut akan dapat meningkatkan nilai dari perusahaan meskipun ada ketergantungan terhadap utang (Wulandari & Wiksuana, 2017). Dengan adanya pengungkapan CSR yang baik dari perusahaan investor akan menganggap bahwa

kondisi keuangan perusahaan juga baik, dan investor yakin perusahaan juga dapat membayar dividennya, oleh karena itu beberapa investor melihat informasi aktivitas sosial perusahaan ini sebagai penyeimbang adanya peningkatan hutang.

4.6.5. Pengaruh pengungkapan CSR dalam memoderasi hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan

Hipotesis 5 memprediksi jika pengungkapan CSR dapat menjadi variabel pemoderating dari hubungan profitabilitas dengan nilai perusahaan. Dari hasil analisis diperoleh hasil bahwa pengungkapan CSR tidak dapat memoderasi pengaruh profitabilitas dengan nilai perusahaan, dengan ini hipotesis 5 yang menyatakan **Pengungkapan CSR dapat memoderasi hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan ditolak**. Hasil penelitian ini didukung beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yulandani, Hartanti, dan Dwimulyani (2018) dan (Hadi, 2019).

Pengungkapan CSR tidak dapat memoderasi hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan dikarenakan perusahaan melakukan pengungkapan CSR hanya sebagai syarat perundang-undangan yang berlaku agar terhindar dari sanksi, tidak mencerminkan hal yang sebenarnya sehingga tidak bisa digunakan sebagai dasar pendukung pengambilan keputusan investasi. Pernyataan tersebut tertuang dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 Pasal 15 tentang Penanaman Modal disebutkan bahwa “Setiap penanam modal berkewajiban: melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan”.

4.6.6. Pengaruh pengungkapan CSR dalam memoderasi hubungan antara ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan.

Hipotesis 6 memprediksi pengungkapan CSR dapat memoderasi pengaruh *size* dengan nilai perusahaan. Dari hasil analisis diperoleh hasil jika pengungkapan CSR tidak dapat menjadi variabel pemoderating dari hubungan *size* dengan nilai perusahaan, dengan ini hipotesis 6 yang menyatakan **Pengungkapan CSR dapat memoderasi hubungan ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan ditolak.** Hasil penelitian ini terdukung beberapa peneliti terdahulu yaitu Pramana & Mustanda (2016) dan Yulandani, Hartanti & Dwimulyani (2018)

Pengungkapan CSR tidak dapat menjadi variabel pemoderating antara hubungan *size* dengan nilai perusahaan, hal tersebut dipengaruhi dengan adanya pengungkapan CSR akan menimbulkan biaya keagenan serta biaya tambahan lainnya yang dapat mengurangi pendapatan yang diperoleh dan secara langsung dapat mengurangi keuntungan yang dapat didistribusikan kepada pemilik dan pemegang saham, maka dengan ini akan berimbas pada berkurangnya kepercayaan investor untuk menanamkan modal atau berinvestasi di perusahaan tersebut. Hal ini lah yang dapat menyebabkan penurunan nilai dari perusahaan (Pramana & Mustanda, 2016).

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang sudah dilakukan dengan pengaruh leverage, profitabilitas, dan size terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di bej dengan pengungkapan csr sebagai variabel pemoderating, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. *Leverage* yang diproksikan oleh DER tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti jika tingkat utang yang dimiliki perusahaan mengalami peningkatan maupun penurunan maka nilai perusahaan tidak serta merta mengalami perubahan.
2. Profitabilitas yang diukur menggunakan *Return on Assets* (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti semakin tinggi ROA yang dimiliki perusahaan maka nilai perusahaan juga akan mengalami peningkatan.
3. *Size* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti semakin besar *size* dari perusahaan maka akan menurunkan nilai dari perusahaan tersebut.
4. Pengungkapan CSR yang digunakan sebagai variabel moderasi hubungan antara *leverage* dengan nilai perusahaan dinyatakan berpengaruh signifikan, yang berarti dapat digunakan sebagai variabel pemoderasi. Hal ini berarti pengungkapan CSR dapat memperkuat pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan.

5. Pengungkapan CSR yang digunakan sebagai variabel moderasi hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan tidak berpengaruh signifikan, yang artinya pengungkapan CSR tidak dapat digunakan sebagai variabel pemoderasi. Hal ini berarti pengungkapan CSR tidak dapat memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. nilai perusahaan.
6. Pengungkapan CSR yang digunakan sebagai variabel moderasi hubungan antara *size* dengan nilai perusahaan tidak berpengaruh signifikan, yang artinya tidak dapat memoderasi. Hal ini berarti pengungkapan CSR tidak dapat memperkuat pengaruh *size* dengan nilai perusahaan.

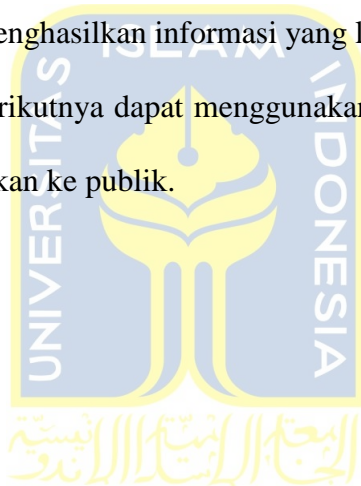
5.2. Keterbatasan

Dalam penelitian ini ada beberapa keterbatasan yang dimiliki oleh peneliti sebagai berikut:

1. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini merupakan perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2015-2019. Dari keseluruhan total sampel 7 perusahaan yang tercatat di BEI, hanya ada 6 sampel perusahaan yang memenuhi kriteria sampel dalam penelitian ini. Hal tersebut membuat data penelitian mungkin belum merepresentasikan populasi dengan sempurna.
2. Harga saham yang digunakan untuk menghitung nilai perusahaan diambil sebelum laporan keuangan diterbitkan di publik. Hal tersebut membuat data pada penelitian ini kurang mempresentasikan hasil secara sempurna.

5.3. Saran

1. Penelitian hanya terbatas pada perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar pada BEI, sebaiknya untuk penelitian selanjutnya juga melakukan penelitian pada seluruh perusahaan yang terdaftar di BEI.
2. Untuk penelitian berikutnya sebaiknya memperpanjang periode penelitian agar lebih terlihat pengaruhnya serta menggunakan variabel dan pengukuran yang berbeda dari penelitian yang sudah pernah dilakukan sebelumnya, sehingga dapat menghasilkan informasi yang lebih akurat.
3. Untuk peneliti berikutnya dapat menggunakan harga saham setelah laporan keuangan diterbitkan ke publik.



DAFTAR PUSTAKA

- A.B Susanto. (2009). *Reputation Driven Corporate Social Responsibility Pendekatan Strategic Managemen dalam CSR*. Jakarta: Erlangga
- Agustina, S. (2013). *Pengaruh profitabilitas dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap nilai perusahaan*. Jurnal Akuntansi, 1 (1).
- Amanti, L. (2012). *Pengaruh tata kelola perusahaan yang baik terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai variabel pemoderasi (Studi kasus pada perusahaan rokok yang tercatat di BEI)*. Jurnal Akuntansi AKUNESA, 1 (1).
- Asmanto, M. R. (2020). *Pengaruh profitabilitas, struktur modal, growth opportunity, dan keputusan investasi terhadap nilai perusahaan*. Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA), 9(3).
- Azhari. 2018. *Pengaruh Kebijakan Deviden, Kebijakan Hutang dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2014*. Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik 5(1): 1-11. Universitas Riau. Pekanbaru
- Brigham dan Houston. (2015). *Fundamental of Financial Management* (terjemahan). Jakarta: Salemba Empat
- CNN Indonesia. *Masyarakat sadar bersolek, industri kosmetik naik 20%*. Diakses pada Oktober, 29, 2020, dari <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20180320094246-92-284360/masyarakat-sadar-bersolek-industri-kosmetik-naik-20-persen>
- Elizabeth Yustina Andy, Jonardi. (2020). *Pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan solvabilitas terhadap nilai perusahaan*. Jurnal Paradigma Akuntansi, 2(3), 1057-1066.
- Hadi, A.S. (2019). *Pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan corporate social responsibility sebagai pemoderasi (perusahaan perbankan di bursa efek Indonesia 2014-2016)*. Doctoral Dissertation, University of Muhammadiyah Malang.
- Hirdinis. (2019). *Capital Structure and Firm Size on Firm Value Moderated by Profitability*. International Journal of Economics and Business Administration Volume VII, Issue I, 2019.
- Fahmi, Irham. (2013). *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta

- Ferdiana, N., & Widiawati, H. S. (2020). *Analisis Regresi Moderating price to book value perusahaan yang terdaftar di JII tahun 2014-2018 berdasarkan profitabilitas dan leverage dengan corporate social responsibility sebagai pemoderasi*. In seminar nasional manajemen, ekonomi, akuntansi (Vol. 5, No. 1, pp. 398-407)
- Ghozali, Imam, 2016, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23, Edisi 8*, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harjito, A dan Martono (2015). *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: Ekonisia
- Hartono, J. 2008. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi Edisi Kelima*. BPFE. Yogyakarta.
- Haruman, Tendi. 2008. *Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Keputusan Keuangan dan Nilai Perusahaan*. Simposium Nasional Akuntansi XI, Pontianak
- Husnan, Suad & Enny Pudjiastuti, 2015, *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan, Edisi Ketujuh*, Yogyakarta : UPP STIM YKPN.
- Idx.co.id. *laporan tahunan perusahaan tercatat*. Diakses pada 2020, dari <https://www.idx.co.id>
- Kadim, A., & Sunardi, N. (2019). *Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Terhadap Leverage Implikasi Terhadap Nilai Perusahaan Cosmetics and Household yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Jurnal SEKURITAS (Saham, Ekonomi, Keuangan dan Investasi), 3(1), 22-32.
- Kasmir. (2011). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Kolamban, D. V., Murni, S., & Baramuli, D. N. (2020). *Analisis Pengaruh Leverage, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Industri Perbankan Yang Terdaftar Di Bei*. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 8(3).
- Khoiriyah, N. (2018). *Pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan kebijakan deviden sebagai variabel pemoderasi: Study empiris pada indeks LQ45 di Bursa Efek Indonesia tahun (2014-2016)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Kusumawati, HW, Astanto, JH, & Chomsatu, Y. (2020). *Faktor yang Memengaruhi Nilai Perusahaan LQ45 Tahun 2016-2018*. Jurnal Riset Ekonomi Sains Indonesia, 2 (3), 6-12.

- Manoppo, H dan Arie, F. 2016. *Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Otomotif Yang Terdaftar Di BEI periode 2011-2014*. *Jurnal EMBA*. *Ejournal.unsrat.ac.id*. 1 Desember 2019.
- Mardevi, S Karina, & Suhendro. 2020. *Faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan dengan struktur modal sebagai variabel moderasi*. *Jurnal akuntansi dan ekonomi FE* (Vol. 5 No. 2)
- Mathews, M. R. (1995). *Social and Environmental Accounting: A Practical Demonstration of Ethical Concern*. *Jurnal of Business Ethics*, 14, 663-671.
- Meze, M. F., & Tohari, A. (2020, September). *Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Pemoderasi Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018*. In *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi, Akuntansi* (Vol. 5, No. 1, pp. 330-338).
- Nurdiana, DA, & Fajri, WA (2020). *Faktor yang Memengaruhi Nilai Perusahaan Properti yang Terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia 2014-2017*. *Telaah Bisnis*, 19 (2), 69-82.
- Octavus, C., & Adiputra. (2020). *Pengaruh Struktur Modal dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Asuransi di Indonesia*. *Jurnal manajerial dan kewirausahaan Volume II No. 4/2020*.
- Pradita, R. A., & Suryono, B. (2019). *Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi*. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 8(2).
- Pramana, Ngurah Agung Dwi dan Mustanda, Ketut. 2016. *Pengaruh Profitabilitas Size terhadap Nilai perusahaan dengan CSR sebagai Pemoderasi*. *E-Jurnal Manajemen Unud*. 5(1). pp: 561 – 594.
- Prasetyorini, B. F. F. (2013). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, price earning ratio dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan*. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 1(1).
- Priyadi, M.P. (2018). *Pengaruh Profitabilitas dan Size terhadap Nilai Perusahaan dengan CSR sebagai variabel pemoderasi*. *Jurnal ilmu dan riset akuntansi (JIRA)*, 7(3).
- Rahayu, A.C. (2019). *Sektor Kosmetik Kurang Cantik Sepanjang Semester 1, Begini Penjelasan Analisi*. [Online]. Available: <https://investasi.kontan.co.id/news/sektorkosmetik-kurang-cantik-sepanjang-semester-i-begini-penjelasan-analis?page=all> [30 April 2020].

- Safitri, Y., Oemar, A., & Santoso, E. B. (2018). *Peranan Corporate Social Responsibility Dalam Memoderasi Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Industri Manufaktur yang tercatat di BEI Tahun 2013-2017)*. *Journal Of Accounting*, 4(4).
- Sartono, Agus, 2015, *Manajemen Keuangan : Teori, dan Aplikasi*, Yogyakarta: BPFY Yogyakarta
- Siahaan, F. O. (2014). *The effect of good corporate governance mechanism, leverage, and firm size on firm value*. *GSTF Journal on Business Review (GBR)*, 2(4).
- Situmorang, J., & Sinabutar, R. (2020). *Pengaruh Csr Dan Leverage Terhadap Nilai Persusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik Dan Keperluan Rumah Tangga*. *Jurnal Ekonomis*, 13(2), 19-32.
- Sugiyono. 2014. *Statistika Untuk Penelitian*. Cetakan ke-24. ALFABETA. Bandung.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Susanti, Meri. & Santoso, Eko Budi. 2011. *Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moederasi*. *Kajian Akuntansi*. 6(2). pp: 124-133
- Suwardjono, 2015. *Teori Akuntansi Perencanaan Pelaporan Keuangan*. Yogyakarta: BPEE-Yogyakarta.
- Syamsuddin, Lukman, 2011, *Manajemen Keuangan Perusahaan (Konsep Aplikasi dalam Perencanaan Pengawasan dan Pengambilan Keputusan)*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Tiffani, 2017, *Pengaruh Profitabilitas dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2015)*, *JOM Fekon*, vo. 4, no. 2, pp. 7924-7308.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

- Vidarani, I.A.G.S., & Budiasih, I.G.A.N. (2019). *Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Pemoderasi Pengaruh Leverage Dan Kepemilikan Manajerial Pada Nilai Perusahaan*. E-Jurnal Akuntansi, 30(1), 147-162
- Wigrhayani, NNSW (2019). *Pengaruh Tipe Industri, Pertumbuhan, Profitabilitas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. Bawal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA), 8 (8).
- Wulandari, N. M. I., & Wiksuana, I. G. B. (2017). *Peranan Corporate Social Responsibility dalam Memoderasi Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan*. E-Jurnal Manajemen, 6(3), 1278-1311.
- Yahoofinance.co.id. Diakses pada 2020, dari <https://www.yahoofinance.co.id>
- Yendrawati, R., and D. Pratidina. (2015). *Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Dan Kepemilikan Institusional Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia)*. UNISIA 35 (78):17-24.
- Yulandani, F., Hartanti, R., & Dwimulyani, S. (2018). *Pengaruh Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan CSR Sebagai Pemoderasi*. In *Proseding Seminar Nasional Akuntansi* (Vol. 1, No. 1).
- Yulianto, W. (2020). *Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Nilai Perusahaan*. Jurnal Paradigma Akuntansi, 2(2), 576-585.



LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Nama Perusahaan Sampel Penelitian

No	Kode Perusahaan	Tahun IPO	Nama Perusahaan
1.	ADES	1994	Akasha Wira Internasional Tbk, PT
2.	KINO	2015	Kino Indonesia Tbk
3.	MBTO	2011	Martino Berto Tbk
4.	MRAT	1995	Mustika Ratu Tbk
5.	TCID	1993	Mandom Indonesia Tbk
6.	UNVR	1982	Unilever Indonesia Tbk

Lampiran 2 Perhitungan Leverage Tahun 2015

No	Kode	Utang	Ekuitas	DER
1.	ADES	Rp 3.248.555.000.000	Rp 328.369.000.000	0,989
2.	KINO	Rp 1.434.605.000	Rp 1.776.629.000	0,807
3.	MBTO	Rp 214.685.781.274	Rp 434.213.037.209	0,494
4.	MRAT	Rp 120.064.018.299	Rp 377.026.019.809	0,318
5.	TCID	Rp 367.225.370.670	Rp 1.714.871.478.033	0,214
6.	UNVR	Rp 10.902.585.000	Rp 4.827.360.000	2,258

Perhitungan Leverage Tahun 2016

No	Kode	Utang	Ekuitas	DER
1.	ADES	Rp 383.091.000.000	Rp 384.388.000.000	0,997
2.	KINO	Rp 1.332.432.000	Rp 1.952.072.000	0,683
3.	MBTO	Rp 269.032.270.377	Rp 440.926.897.711	0,610
4.	MRAT	Rp 113.947.973.889	Rp 369.089.199.975	0,309
5.	TCID	Rp 401.942.530.776	Rp 1.783.158.507.325	0,225
6.	UNVR	Rp 12.041.437.000	Rp 4.704.258.000	2,56

Perhitungan Leverage Tahun 2017

No	Kode	Utang	Ekuitas	DER
1.	ADES	Rp 417.225.000.000	Rp 423.011.000.000	0,986
2.	KINO	Rp 1.182.424.000	Rp 2.055.171.000	0,575
3.	MBTO	Rp 367.927.139.244	Rp 412.741.865.275	0,891
4.	MRAT	Rp 130.623.005.085	Rp 497.354.419.089	0,263
5.	TCID	Rp 503.480.853.006	Rp 1.858.326.336.424	0,271
6.	UNVR	Rp 13.733.025.000	Rp 18.906.413.000	0,726

Perhitungan Leverage Tahun 2018

No	Kode	Utang	Ekuitas	DER
1.	ADES	Rp 399.361.000.000	Rp 481.914.000.000	0,829
2.	KINO	Rp 1.405.264.000	Rp 2.186.900.000	0,643
3.	MBTO	Rp 347.517.123.452	Rp 30.049.756.873	1,157
4.	MRAT	Rp 143.913.787.087	Rp 367.973.996.780	0,391
5.	TCID	Rp 472.680.346.662	Rp 1.972.463.165.139	0,24
6.	UNVR	Rp 11.944.837.000	Rp 7.578.133.000	1,578

Perhitungan Leverage 2019

No	Kode	Utang	Ekuitas	DER
1.	ADES	Rp 429.629.000.000	Rp 567.937.000.000	0,756
2.	KINO	Rp 1.992.903.000	Rp 2.702.862.000	0,737
3.	MBTO	Rp 355.892.726.298	Rp 235.170.335.077	1,513
4.	MRAT	Rp 164.121.422.945	Rp 368.641.525.050	0,445
5.	TCID	Rp 532.048.803.777	Rp 2.019.143.817.162	0,264
6.	UNVR	Rp 15.367.509.000	Rp 5.281.862.000	2,909

Lampiran 3 Perhitungan Profitabilitas Tahun 2015

No	Kode	Laba	Rerata Aset	ROA
1.	ADES	Rp 32.839.000.000	Rp 579.107.000.000	0,057
2.	KINO	Rp 263.031.000	Rp 2.092.991.000	0,126
3.	MBTO	-Rp 14.056.549.894	Rp 635.950.738.817	-0,022
4.	MRAT	Rp 1.045.990.311	Rp 498.614.348.168	0,002
5.	TCID	Rp 544.474.278.014	Rp 1.862.888.198.014	0,292
6.	UNVR	Rp 5.851.805.000	Rp 15.005.307.500	0,39

Perhitungan Profitabilitas Tahun 2016

No	Kode	Laba	Rerata Aset	ROA
1.	ADES	Rp 55.951.000.000	Rp 710.351.500.000	0,079
2.	KINO	Rp 181.110.000	Rp 3.247.869.500	0,056
3.	MBTO	Rp 8.813.611.079	Rp 679.429.272.664	0,0124
4.	MRAT	-Rp 5.549.465.678	Rp 490.063.605.986	-0,011
5.	TCID	Rp 150.724.362.762	Rp 2.133.598.943.402	0,071
6.	UNVR	Rp 6.390.672.000	Rp 16.237.820.000	0,394

Perhitungan Profitabilitas Tahun 2017

No	Kode	Laba	Rerata Aset	ROA
1.	ADES	Rp 38.242.000.000	Rp 803.857.500.000	0,048
2.	KINO	Rp 109.696.000	Rp 3.261.049.500	0,034
3.	MBTO	-Rp 24.690.826.118	Rp 745.314.464.938	-0,032
4.	MRAT	-Rp 1.283.332.109	Rp 490.195.796.477	-0,003
5.	TCID	Rp 179.126.382.068	Rp 2.273.454.113.766	0,079
6.	UNVR	Rp 7.004.562.000,00	Rp 17.826.054.000	0,393

Perhitungan Profitabilitas Tahun 2018

No	Kode	Laba	Rerata Aset	ROA
1.	ADES	Rp 52.958.000.000	Rp 860.755.500.000	0,062
2.	KINO	Rp 150.116.000	Rp 3.414.879.500	0,044
3.	MBTO	-Rp 144.131.026.847	Rp 714.343.321.056	-0,176
4.	MRAT	-Rp 2.256.476.497	Rp 504.621.101.478	-0,004
5.	TCID	Rp 173.049.442.756	Rp 2.403.475.350.616	0,072
6.	UNVR	Rp 9.109.445.000,00	Rp 19.214.691.500	0,474

Perhitungan Profitabilitas Tahun 2019

No	Kode	Laba	Rerata Aset	ROA
1.	ADES	Rp 83.885.000.000	Rp 851.825.000.000	0,098
2.	KINO	Rp 515.603.000	Rp 4.143.964.500	0,124
3.	MBTO	-Rp 66.945.894.110	Rp 619.540.404.181	-0,113
4.	MRAT	Rp 131.836.668	Rp 522.325.365.931	0,000
5.	TCID	Rp 145.149.344.561	Rp 2.498.168.066.370	0,058
6.	UNVR	Rp 7.392.837.000,00	Rp 20.488.120.000	0,361

Lampiran 4 Perhitungan Ukuran Perusahaan Tahun 2015

No	Kode	Total Aset	SIZE
1.	ADES	Rp 655.224.000.000	27,208
2.	KINO	Rp 3.211.235.000	21,890
3.	MBTO	Rp 648.899.377.240	27,199
4.	MRAT	Rp 497.090.038.108	26,932
5.	TCID	Rp 2.062.096.848.703	28,355
6.	UNVR	Rp 15.729.945.000	23,497

Perhitungan Ukuran Perusahaan Tahun 2016

No	Kode	Total Aset	SIZE
1.	ADES	Rp 767.479.000.000	27,366
2.	KINO	Rp 3.284.504.000	21,912
3.	MBTO	Rp 709.959.168.088	27,288
4.	MRAT	Rp 483.037.173.864	26,903
5.	TCID	Rp 2.185.101.038.101	28,413
6.	UNVR	Rp 16.745.695.000	23,541

Perhitungan Ukuran Perusahaan Tahun 2017

No	Kode	Total Aset	SIZE
1.	ADES	Rp 840.236.000.000	27,457
2.	KINO	Rp 3.237.595.000	21,898
3.	MBTO	Rp 780.669.761.787	27,383
4.	MRAT	Rp 497.354.419.089	26,933
5.	TCID	Rp 2.361.807.189.430	28,49
6.	UNVR	Rp 18.906.413.000	23,663

Perhitungan Ukuran Perusahaan Tahun 2018

No	Kode	Total Aset	SIZE
1.	ADES	Rp 881.275.000.000	27,505
2.	KINO	Rp 3.592.164.000	22,002
3.	MBTO	Rp 648.016.880.325	27,197
4.	MRAT	Rp 511.887.783.867	26,961
5.	TCID	Rp 2.445.143.511.801	28,525
6.	UNVR	Rp 19.522.970.000	23,695

Perhitungan Ukuran Perusahaan Tahun 2019

No	Kode	Total Aset	SIZE
1.	ADES	Rp 822.375.000.000	27,435
2.	KINO	Rp 4.695.765.000	22,270
3.	MBTO	Rp 591.063.928.037	27,105
4.	MRAT	Rp 532.762.947.995	27,001
5.	TCID	Rp 2.551.192.620.939	28,568
6.	UNVR	Rp 20.649.371.000	23,751

Lampiran 5 Perhitungan Nilai Perusahaan

No	Kode	Nilai Perusahaan (PBV)				
		2015	2016	2017	2018	2019
1	ADES	1,823	1,535	1,234	1,126	1,085
2	KINO	3.087,71	2.217,42	1.473,63	1.829,07	1.812,89
3	MBTO	0,345	0,449	0,35	0,449	0,428
4	MRAT	0,236	0,244	0,24	0,208	0,178
5	TCID	1,935	1,409	1,937	1,758	1,095
6	UNVR	11.696,25	12.586,21	4.511,88	9.142,15	12.134,36

Lampiran 6 Daftar Indikator dan Item Pengungkapan CSR berdasar GRI G4

1. Indikator Kinerja Ekonomi

	Aspek Kinerja Ekonomi
EC1	Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan
EC2	Implikasi finansial dan risiko serta peluang
EC3	Cakupan kewajiban organisasi atas program
EC4	Bantuan financial yang diterima dari pemerintah

	Keberadaan Pasar
EC5	Rasio upah standart pegawai pemula menurut gender dibandingkan dengan upah minimum regional di lokasi-lokasi operasional yang signifikan
EC6	Perbandingan manajemen senior yang dipekerjakan dari masyarakat lokal di lokasi operasi yang signifikan

	Dampak ekonomi tidak langsung
EC7	Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur dan jasa yang diberikan
EC8	Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk besarnya dampak

	Praktek pengadaan
EC9	Perbandingan dari pembelian pemasok lokal di oprasional yang signifikan

2. Kategori Lingkungan

	Bahan
EN1	Bahan yang digunakan berdasarkan berat dan volume
EN2	Persentase bahan yang digunakan yang merupakan bahan input daur ulang

Aspek Energi	
EN3	Pemakaian energi yang berasal dari sumber utama dari luar organisasi
EN4	Pemakaian energi yang berasal dari sumber energi yang utama baik secara langsung maupun tidak langsung.
EN5	Penghematan energi melalui konservasi dan peningkatan efisiensi
EN6	Inisiatif penyediaan produk dan jasa yang menggunakan energi efisien atau sumber gaya terbaru serta pengurangan penggunaan energi sebagai dampak dari inisiatif ini.
EN7	Inisiatif dalam hal pengurangan pemakaian energi secara tidak langsung dan pengurangan yang berhasil dilakukan.

Aspek Air	
EN8	Total pengambilan air berdasarkan sumber
EN9	Sumber air yang secara signifikan dipengaruhi oleh pengambilan air
EN10	Persentase dan total volume air yang didaur ulang dan digunakan kembali

Aspek Keanekaragaman Hayati	
EN11	Lokasi-lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola didalam, atau yang berdekatan dengan, kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi diluar
EN12	Uraian dampak signifikan kegiatan, produk, dan jasa terhadap keanekaragaman hayati di kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi diluar kawasan lindung
EN13	Habitat yang dilindungi dan dipulihkan
EN14	Jumlah total spesies dalam iucn red list dan spesies dalam daftar spesies yang dilindungi nasional dengan habitat di tempat yang dipengaruhi operasional, berdasarkan tingkat risiko kepunahan

Aspek Emisi	
EN15	Emisi gas rumah kaca (GRK) langsung (cakupan 1)
EN16	Emisi gas rumah kaca (GRK) energi tidak langsung (Cakupan 2)
EN17	Emisi gas rumah kaca (GRK) tidak langsung lainnya (Cakupan 3)
EN18	Intensitas emisi gas rumah kaca (GRK)
EN19	Pengurangan emisi gas rumah kaca (GRK)
EN20	Emisi bahan perusak ozon (BPO)
EN21	NOX, SOX, dan emisi udara signifikan lainnya

Aspek Efluen dan Limbah	
EN22	Total air yang dibuang berdasarkan kualitas dan tujuan
EN23	Bobot total limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan
EN24	Jumlah dan volume total tambahan signifikan
EN25	Bobot limbah yang dianggap berbahaya menurut ketentuan konvensi basel 2 lampiran I, II, III, dan VIII yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah, dan persentase limbah yang diangkut untuk pengiriman internasional
EN26	Identitas, ukuran, status lindung, dan nilai keanekaragaman hayati dari badan air dan habitat terkait yang secara signifikan terkait dampak dari pembuangan

	dan air limbah dari organisasi.
--	---------------------------------

	Aspek Produk dan Jasa
EN27	Tingkat mitigasi dampak terhadap lingkungan produk dan jasa
EN28	Presentase produk yang terjual dan kemasan yang direklamasi menurut kategori.

	Aspek Kepatuhan
EN29	Nilai moneter denda signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpastian terhadap UU dan peraturan lingkungan

	Aspek Transportasi
EN30	Dampak lingkungan signifikan dari pengangkutan produk dan barang lain serta bahan untuk operasional organisasi dan pengangkutan tenaga kerja

	Aspek Lain-lain
EN31	Total pengeluaran dan investasi perlindungan lingkungan berdasarkan jenis

	Aspek Asesmen pemasok atas lingkungan
EN32	Persentase penapsiran pemasok baru menggunakan kriteria lingkungan
EN33	Dampak lingkungan negatif signifikan aktual dan potensial dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil

	Aspek Mekanisme pengaduan masalah lingkungan
EN34	Jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi.

3. Praktik tenaga kerja dan kenyamanan bekerja

	Aspek Kepegawaian
LA1	Jumlah total dan tingkat perekrutan karyawan baru dan turnover karyawan menurut kelompok umur, gender, dan wilayah
LA2	Tunjangan yang diberikan bagi karyawan purnawaktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atau paru waktu, berdasarkan lokasi operasi yang signifikan
LA3	Tingkat kembali bekerja dan tingkat retensi setelah cuti melahirkan, menurut jender

	Aspek Hubungan industrial
LA4	Jangka waktu minimum pemberitahuan mengenai perubahan operasional, termasuk apakah hal tersebut tercantum dalam perjanjian bersama

	Aspek Kesehatan dan keselamatan kerja
LA5	Persentase total tenaga kerja yang diwakili dalam komite bersama formal manajemenpekerja yang membantu mengawasi dan memberikan saran program kesehatan dan keselamatan kerja
LA6	Jenis dan tingkat cedera, penyakit akibat kerja, hari hilang, dan kemangkiran, serta jumlah total kematian akibat kerja, menurut daerah dan gender
LA7	Pekerja yang sering terkena atau berisiko tinggi terkena penyakit yang terkait dengan pekerjaan mereka
LA8	Topik kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian formal dengan serikat pekerja

	Aspek Pelatihan dan pendidikan
LA9	Jam pelatihan rata-rata per tahun per karyawan menurut gender dan menurut kategori karyawan
LA10	Program untuk manajemen keterampilan dan pembelajaran seumur hidup yang mendukung keberlanjutan kerja karyawan dan membantu mereka mengelola purna bakti
LA11	Persentase karyawan yang menerima review kinerja dan pengembangan karier secara reguler, menurut gender dan kategori karyawan

	Aspek keberagaman dan kesetaraan peluang
LA12	Komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan per kategori karyawan menurut gender, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan indikator keberagaman lainnya

	Aspek Kesetaraan remunerasi perempuan dan laki-laki
LA13	Rasio gaji pokok dan remunerasi bagi perempuan terhadap laki-laki menurut kategori karyawan, berdasarkan lokasi operasional yang signifikan

	Aspek Asesmen pemasok terkait praktik ketenagakerjaan
LA14	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria ketenagakerjaan
LA15	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap praktik ketenagakerjaan dalam rantai pemasok dan tindakan yang diambil
LA16	Jumlah pengaduan tentang praktik ketenagakerjaan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan secara resmi.

4. Hak Asasi Manusia

	Aspek Investasi
HR1	Jumlah total dan persentase perjanjian dan kontrak investasi yang signifikan yang menyertakan klausul terkait hak asasi manusia atau penapisan berdasarkan hak asasi manusia
HR2	Jumlah waktu pelatihan karyawan tentang kebijakan atau prosedur hak asasi manusia terkait dengan aspek hak asasi manusia yang relevan dengan operasi, termasuk persentase karyawan yang dilatih

	Aspek Non-diskriminasi
HR3	Jumlah total insiden diskriminasi dan tindakan korektif yang diambil

	Aspek Kebebasan berserikat dan perjanjian kerja sama
HR4	Operasi pemasok teridentifikasi yang mungkin melanggar atau berisiko tinggi melanggar hak untuk melaksanakan kebebasan berserikat dan perjanjian kerja sama, dan tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut

	Aspek Kebebasan berserikat dan perjanjian kerja sama
HR4	Operasi pemasok teridentifikasi yang mungkin melanggar atau berisiko tinggi melanggar hak untuk melaksanakan kebebasan berserikat dan perjanjian kerja sama, dan tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut

	Aspek Kebebasan berserikat dan perjanjian kerja sama
HR5	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan eksploitasi pekerja anak dan tindakan yang diambil untuk berkontribusi dalam penghapusan pekerja anak yang efektif

	Aspek Pekerja paksa atau wajib kerja
HR6	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan pekerja paksa atau wajib kerja dan tindakan untuk berkontribusi dalam penghapusan segala bentuk pekerja paksa atau wajib kerja

	Aspek Praktik pengamanan
HR7	Persentase petugas pengamanan yang dilatih dalam kebijakan atau prosedur hak asasi manusia diorganisasi yang relevan dengan operasi

	Aspek hak adat
HR8	Jumlah total insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat dan tindakan yang diambil

	Aspek asesmen
HR9	Jumlah total dan persentase operasi yang telah melakukan review atau asesmen dampak hak asasi manusia

	Aspek asesmen pemasok atas hak asasi manusia
HR10	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria hak asasi manusia
HR11	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap hak asasi manusia dalam rantai pemasok dan tindakan yang diambil

	Aspek asesmen pemasok atas hak asasi manusia
HR10	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria hak asasi manusia
HR11	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap hak asasi manusia dalam rantai pemasok dan tindakan yang diambil

	Aspek mekanisme pengaduan masalah hak asasi manusia
HR12	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap hak asasi manusia yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan formal

5. Kategori Masyarakat

	Aspek Masyarakat lokal
SO1	Persentase operasi dengan pelibatan masyarakat lokal, asesmen dampak, dan program pengembangan yang diterapkan
SO2	Operasi dengan dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat lokal

	Aspek Anti Korupsi
SO3	Jumlah total dan persentase operasi yang dinilai terhadap risiko terkait dengan korupsi dan risiko signifikan yang teridentifikasi
SO4	Komunikasi dan pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur anti-korupsi
SO5	Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil

	Aspek Kebijakan Publik
SO6	Nilai total kontribusi politik berdasarkan negara dan penerima/penerima manfaat

	Aspek Persaingan
SO7	Jumlah total tindakan hukum terkait Anti Persaingan, anti-trust, serta praktik monopoli dan hasilnya

	Aspek Kepatuhan
SO8	Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang

	Aspek Pemasok atas dampak terhadap masyarakat
SO9	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria untuk dampak terhadap masyarakat
SO10	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil

	Aspek Mekanisme pengaduan dampak terhadap masyarakat
SO11	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap masyarakat yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi

6. Tanggungjawab atas Produk

	Aspek Kesehatan dan keselamatan pelanggan
PR1	Persentase kategori produk dan jasa yang signifikan dampaknya terhadap kesehatan dan keselamatan yang dinilai untuk peningkatan
PR2	Total jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasasepanjang daur hidup, menurut jenis

	Aspek Pelabelan produk dan jasa
PR3	Jenis informasi produk dan jasa yang diharuskan oleh prosedur organisasi terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, serta persentase kategori produk dan jasa yang signifikan harus mengikuti persyaratan informasi sejenis
PR4	Jumlah total Insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, menurut jenis dan hasil
PR5	Hasil survei untuk mengukur kepuasan pelanggan

	Aspek Komunikasi Pemasaran
PR6	Penjualan produk yang dilarang atau disengketakan
PR7	Jumlah total Insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela tentang komunikasi pemasaran, termasuk iklan, promosi, dan sponsor, menurut jenis dan hasil

	Aspek Privasi Pelanggan
PR8	Jumlah total keluhan yang terbukti terkait dengan pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan

	Aspek Kepatuhan
PR9	Nilai moneter denda yang signifikan atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan terkait

Lampiran 7 Perhitungan Indeks Pengungkapan CSR Tahun 2015

Kode	ADES	KINO	MBTO	MRAT	TCID	UNVR
Kinerja Ekonomi	0	0	0	0	0	0
Kinerja Lingkungan	4	4	3	1	0	1
Praktek tenaga kerja dan pekerjaan yang layak	0	0	1	0	0	0
Hak Asasi Manusia	0	0	0	0	3	2
Masyarakat/Sosial	2	3	0	1	0	6
Tanggung jawab Produk	0	0	0	0	0	1
CSR 2015	6	7	4	2	3	11
Indeks CSR 2015	0,066	0,077	0,044	0,022	0,033	0,110

Perhitungan Indeks Pengungkapan CSR Tahun 2016

Kode	ADES	KINO	MBTO	MRAT	TCID	UNVR
Kinerja Ekonomi	0	0	0	0	0	0
Kinerja Lingkungan	4	4	3	2	1	4
Praktek tenaga kerja dan pekerjaan yang layak	0	0	0	0	0	0
Hak Asasi Manusia	0	0	0	0	2	2
Masyarakat/Sosial	2	3	1	1	0	6
Tanggung jawab Produk	0	0	0	0	0	1
CSR 2015	6	7	4	3	3	13
Indeks CSR 2015	0,066	0,077	0,044	0,033	0,033	0,143

Perhitungan Indeks Pengungkapan CSR Tahun 2017

Kode	ADES	KINO	MBTO	MRAT	TCID	UNVR
Kinerja Ekonomi	0	0	0	0	0	0
Kinerja Lingkungan	4	4	6	1	1	6
Praktek tenaga kerja dan pekerjaan yang layak	0	0	0	0	0	0
Hak Asasi Manusia	0	0	0	0	2	2
Masyarakat/Sosial	2	4	3	1	1	7
Tanggung jawab Produk		1	0	0	0	1
CSR 2015	6	9	9	2	4	16
Indeks CSR 2015	0,066	0,099	0,099	0,022	0,044	0,176

Perhitungan Indeks Pengungkapan CSR Tahun 2018

Kode	ADES	KINO	MBTO	MRAT	TCID	UNVR
Kinerja Ekonomi	0	0	0	0	0	0
Kinerja Lingkungan	4	4	3	3	2	6
Praktek tenaga kerja dan pekerjaan yang layak	0	0	0	0	0	0
Hak Asasi Manusia	0	0	0	0	2	2
Masyarakat/Sosial	2	5	1	5	1	7
Tanggung jawab Produk	0	1	0	0	0	1
CSR 2015	6	10	4	8	5	16
Indeks CSR 2015	0,066	0,110	0,044	0,088	0,055	0,176

Perhitungan Indeks Pengungkapan CSR Tahun 2019

Kode	ADES	KINO	MBTO	MRAT	TCID	UNVR
Kinerja Ekonomi	0	0	0	0	0	0
Kinerja Lingkungan	4	4	3	3	2	8
Praktek tenaga kerja dan pekerjaan yang layak	0	0	0	0	0	0
Hak Asasi Manusia	1	0	0	0	2	2
Masyarakat/Sosial	7	4	5	6	1	8
Tanggung jawab Produk	0	1	1	1	0	1
CSR 2015	12	9	9	10	5	19
Indeks CSR 2015	0,132	0,099	0,099	0,110	0,055	0,209

Lampiran 8 Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Statistik Deskriptif					
	Frekuensi	Nilai minimum	Nilai maksimum	Rata-rata	Standar deviasi
DER	30	,214	2,909	,858	,686
ROA	30	-,176	,474	,104	,155
SIZE	30	21,89	28,57	24,94	,356
PBV	30	,178	12.586,21	2.016,99	3.928,68
CSRDI	30	,022	,209	,082	,046

Lampiran 9 Hasil Analisis Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
Jumlah sampel		30
Parameter normalitas	Rata-rata	,000
	Std. Deviasi	1,200
Perbedaan paling ekstrim	Absolut	,143
	Positif	,100
	Negatif	-,143
Kolmogorov-Smirnov Z		,786
Asymp. Sig. (2-tailed)		,567

Sumber: Hasil olah data, 2021

Lampiran 10 Hasil Analisis Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	DER	,464	2,156
	ROA	,509	1,965
	SIZE	,678	1,474

Sumber: Hasil olah data, 2021

Lampiran 11 Hasil Analisis Autokorelasi

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	228,158
Cases < Test Value	15
Cases >= Test Value	15
Total Cases	30
Number of Runs	13
Z	-,929
Asymp. Sig. (2-tailed)	,353

Sumber: Hasil olah data, 2021

Lampiran 12 Hasil Analisis Heterokedastisitas-Gledjer

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,686	2,069		-,814	,423
	SIZE	,004	,002	,458	1,626	,116
	DER	171,378	252,367	,206	,679	,503
	ROA	739,943	1.160,683	,191	,638	,530
a. Dependent Variable: PBV						

Lampiran 13 Hasil Analisis Regresi (MRA)

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.951,983	2.902,222		3,429	,002
	DER	957,319	876,907	,167	1,092	,286
	ROA	8.587,384	2.032,206	,340	4,226	,000
	SIZE	-373,557	100,751	-,224	-3,708	,001
	DER*CSRDI	13.988,867	5.619,180	,459	2,489	,020
	ROA*CSRDI	8.390,071	4.265,256	,146	1,967	,061
	SIZE*CSRDI	-699,795	339,563	-,192	-2,061	,051
a. Dependent Variable: PBV						

Lampiran 14 Hasil Analisis f (f-trst)

ANOVA^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4,187	6	6,979	55,633	,000 ^a
	Residual	2,885	23	1.254.495,071		
	Total	4,476	29			
a. Predictors: (Constant), SIZE*CSRDI, SIZE, ROA*CSRDI, ROA, DER, DER*CSRDI						
b. Dependent Variable: PBV						

Lampiran 15 Hasil Analisis R Square

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,967 ^a	,936	,919	1.120,042
b. Predictors: (Constant), SIZE_P.CSRI, SIZE_P, ROA, DER, ROA.CSRI, DER.CSRI				
c. Dependent Variable: PBV				

