

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN
PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
(Studi Pada Perusahaan PT Unilever Indonesia Tbk Yang Terdaftar Di
Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2012-2019)**

SKRIPSI

OLEH :

ANITA LUBIS

NPM : 178320131



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2021**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 22/12/21

Access From (repository.uma.ac.id)22/12/21

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN
PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
(Studi Pada Perusahaan PT Unilever Indonesia Tbk Yang Terdaftar Di
Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2012-2019)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi
Universitas Medan Area



OLEH :

ANITA LUBIS

NPM : 178320131

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2021**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 22/12/21

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)22/12/21

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : *Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan PT Unilever Indonesia Tbk yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2012-2019)*

Nama : **ANITA LUBIS**

NPM : 17.832.0131

Program Studi : **Manajemen**

Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis**

Disetujui Oleh :
Komisi Pembimbing



(Dr. Lailan Tawila, SE., M.Si)

Pembimbing

Mengetahui :



(Dr. Ihsan Effendi, SE., M.Si)

Dekan



(Wan Rizca Amelia, SE., M.Si)

Ka. Prodi Manajemen

Tanggal/Bulan/Tahun Lulus : 15/Juli/2021

HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan PT Unilever Indonesia Tbk yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2012-2019)**”, disusun sebagai syarat memperoleh gelar sarjana. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan judul yang dimaksud belum pernah dimuat, dipublikasikan atau diteliti oleh mahasiswa lain dalam konteks penulisan skripsi untuk program S-1 Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Medan Area.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain yang telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan karya ilmiah. Apabila dikemudian hari, ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku pada saat skripsi ini dibuat.

Medan, 15 Juli 2021

Pernyataan,



ANITA LUBIS
NPM.17.832.0131

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademis Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : ANITA LUBIS
NPM : 178320131
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul "**Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Profitabilitas* Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan PT Unilever Indonesia Tbk yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2012-2019)**". Melalui hak tersebut, Universitas Medan Area berhak untuk menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk *database*, merawat dan mempublikasikan tugas akhir/skripsi saya selama masih mencatumkan nama saya sebagai Penulis/Pemilik dan sebagai Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan
Pada Tanggal : 15 Juli 2021



ANITA LUBIS
NPM. 17.832.0131

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 22/12/21

Access From (repository.uma.ac.id)22/12/21

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Medan pada tanggal 18 Maret 1999 dari Bapak Alm. Mhd. Amin Lubis dan Ibu Atminah. Penulis merupakan anak kelima dari lima bersaudara.

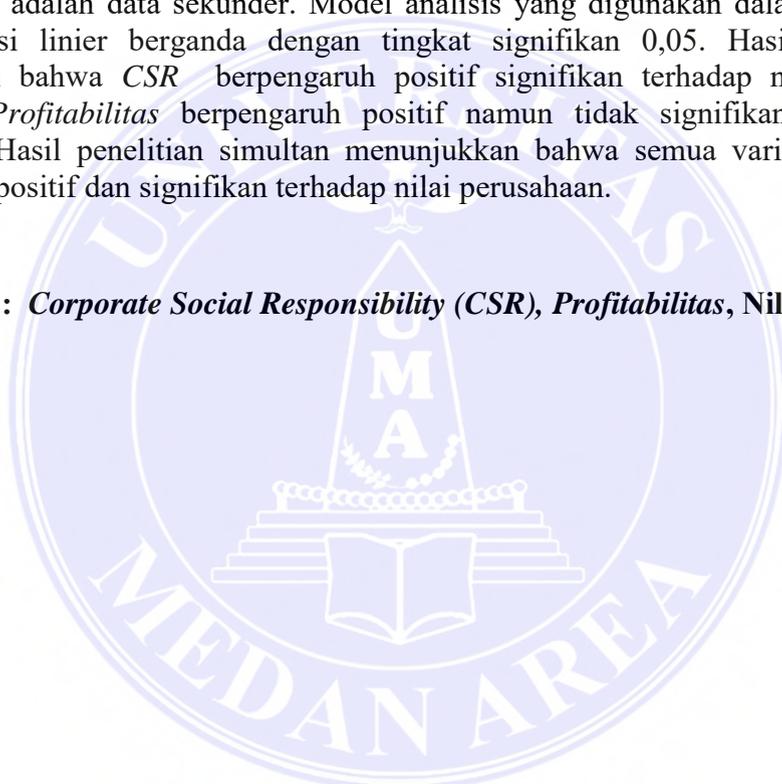
Pada tahun 2011 penulis lulus dari SD MIN, tahun 2014 lulus dari SMP Husni Thamrin Medan, dan tahun 2017 lulus dari SMK Sandhy Putra 2 Medan. Pada tahun 2017 penulis terdaftar sebagai mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis program studi Manajemen di Universitas Medan Area. Penulis menyelesaikan kuliah starta satu (S1) pada tahun 2021.



ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)*, dan *Profitabilitas* secara parsial dan simultan terhadap Nilai perusahaan pada perusahaan PT. Unilver Indonesia Tbk yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2019. Nilai perusahaan dijadikan sebagai suatu ukuran keberhasilan manajemen perusahaan dalam prospek operasi di masa mendatang sehingga dapat mewujudkan kepercayaan bagi pemegang saham perusahaan, karena apabila kesejahteraan para pemegang saham sudah mampu terpenuhi, maka sudah pasti keadaan tersebut mencerminkan nilai perusahaan yang tinggi pula. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 32 data keuangan per kuartal pada perusahaan PT. Unilever Indonesia Tbk yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2019. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan regresi linear berganda. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan tingkat signifikan 0,05. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *CSR* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, Sedangkan *Profitabilitas* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian simultan menunjukkan bahwa semua variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

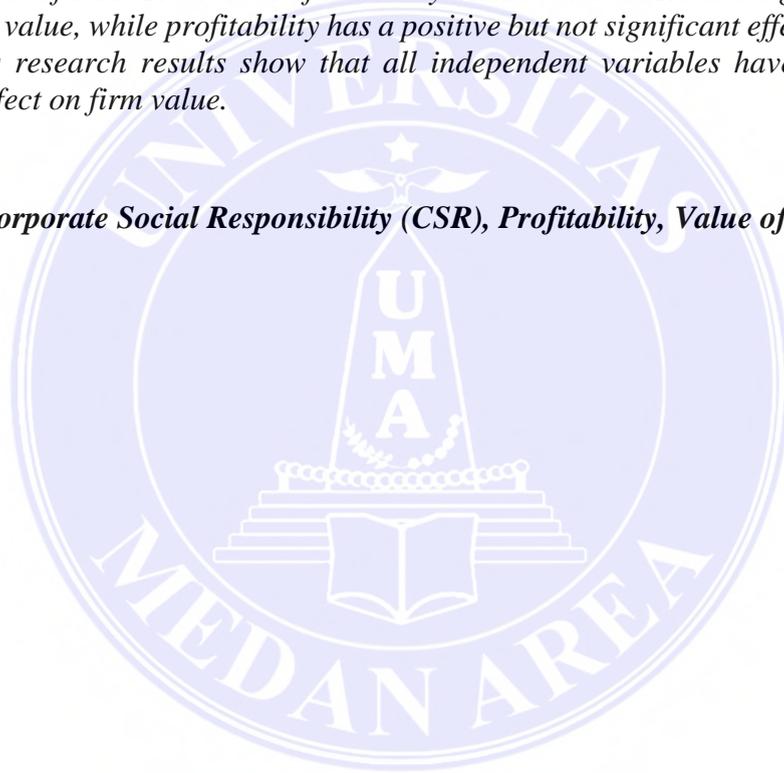
Kata Kunci : *Corporate Social Responsibility (CSR), Profitabilitas, Nilai Perusahaan*



ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of Corporate Social Responsibility (CSR), and profitability partially and simultaneously on firm value at the company PT. Unilver Indonesia Tbk which is listed on the Indonesia Stock Exchange in 2012-2019. The value of the company is used as a measure of the success of the company's management in the prospect of future operations so that it can create trust for the company's shareholders, because if the welfare of the shareholders has been able to be fulfilled, then this situation certainly reflects the high value of the company as well. The sample used in this study is 32 financial data per quarter at the company PT. Unilever Indonesia Tbk which is listed on the Indonesia Stock Exchange in 2012-2019. The technique used in this research is descriptive quantitative with multiple linear regression. The data used in this research is secondary data. The analytical model used in this study is multiple linear regression with a significant level of 0.05. The results of this study indicate that CSR has a significant positive effect on firm value, while profitability has a positive but not significant effect on firm value. Simultaneous research results show that all independent variables have a positive and significant effect on firm value.

Keywords: *Corporate Social Responsibility (CSR), Profitability, Value of the Company*



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb. Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT. atas segala limpahan Rahmat dan Ridho-Nya serta shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Dan *Profitabilitas* Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan PT Unilever Indonesia Tbk Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2012-2019)”. Kepenulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.**

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada orang-orang yang penulis hormati dan cintai yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung selama pembuatan skripsi ini. Terutama kepada kedua orang tua saya yang tersayang Ibunda Atminah dan Ayahanda Alm. Mhd. Amin Lubis yang sangat dicintai, dihormati, selalu memberi motivasi, serta dukungan baik moril maupun materil, juga selalu mendoakan sehingga penulis berhasil menyelesaikan pendidikan hingga perguruan tinggi.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, serta dorongan dari berbagai pihak. Penulis menyadari bahwa bimbingan, bantuan dan dorongan tersebut sangat berarti dalam penulisan skripsi ini. Sehubungan dengan hal tersebut di atas, penulis menyampaikan hormat dan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Dr. Ihsan Effendi, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area dan selaku dosen pembeding atau penguji yang telah memberikan banyak saran dan masukkan pada skripsi ini.

3. Bapak Teddi Pribadi, SE, MM selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area

4. Bapak Ir. Muhammad Yamin Siregar, MM selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
5. Ibu Wan Rizca Amelia, SE, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
6. Bapak Haryaji Catur Putera Hasman, SE, M.Si selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Universitas Medan Area.
7. Ibu Dr. Lailan Tawila, SE, M.Si selaku dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan kearah yang lebih baik hingga skripsi ini selesai.
8. Bapak H. Syahriandy, SE, M.Si selaku dosen Ketua Sidang saya, dan Ibu Yuni Syahputri, SE, M.Si selaku dosen Sekretaris yang telah memberikan banyak saran dan masukkan pada skripsi ini.
9. Seluruh Dosen Universitas Medan Area yang selama ini telah membekali ilmu pengetahuan kepada penulis.
10. Seluruh Pegawai yang telah membantu mempermudah proses pengurusan berkas dan administrasi Universitas Medan Area.
11. Kakak tersayang Deliana Lubis, Novi Yanti Lubis, Imas Liana Lubis, dan Abang tersayang Rizky Fauzan Lubis serta ketiga Abang Ipar saya yang telah mendukung dan mendoakan.
12. Serta Dwi Kemala Yulan Lubis, Putri Aisyah Adi Nugroho, Dea Destika, Sri Wahyuni, Aura Sastia, dan teman-teman lainnya serta keluarga besar yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, terima kasih atas doa dan dukungannya selama ini.

Terima kasih atas semua doa dan bantuan yang telah diberikan, semoga Allah SWT. membalas kebaikan kalian semua dengan kebaikan yang lebih baik lagi. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dalam penulisan ke depan.

Akhir kata, penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Medan, Juni 2021

Penulis

Anita Lubis

NPM : 17.832.0131



DAFTAR ISI

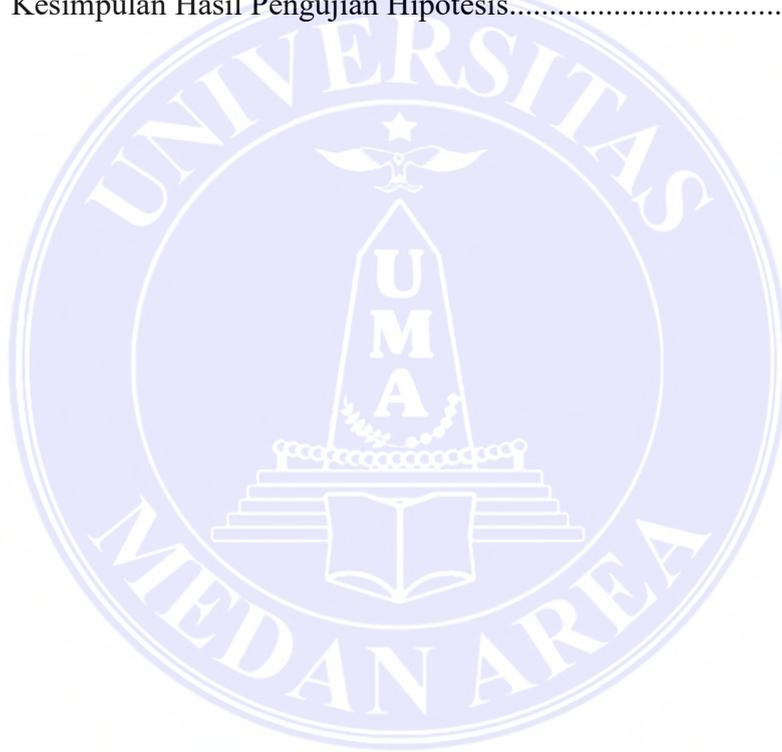
ABSTRAK	i
ABSTRACK	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Nilai Perusahaan	10
2.1.2 <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	11
2.1.3 <i>Profitabilitas</i>	13
2.2 Penelitian Terdahulu	15
2.3 Kerangka Konseptual	18
2.4 Hipotesis.....	18
BAB III METODE PENELITIAN	20
3.1 Jenis, Lokasi, dan Waktu Penelitian.....	20
3.1.1 Jenis Penelitian.....	20
3.1.2 Lokasi Penelitian.....	20
3.1.3 Waktu Penelitian	20
3.2 Definisi Operasional.....	21
3.2.1 Variabel Dependen.....	21
3.2.2 Variabel Independen	22
3.3 Jenis dan Sumber Data	24
3.3.1 Jenis Data	24
3.3.2 Sumber Data.....	24
3.4 Teknik Analisis Data	24
3.4.1 Uji Asumsi Klasik.....	25
3.4.2 Persamaan Regresi Berganda.....	26
3.4.3 Pengujian Hipotesis	27
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN	30
4.1 Gambaran Umum Perusahaan PT. Unilever Indonesia Tbk.....	30
4.1.1 Visi dan Misi Perusahaan.....	30
4.1.2 Program <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> PT. Unilever Indonesia Tbk.....	31
4.1.3 Struktur Organisasi PT. Unilever Indonesia Tbk.....	34
4.2 Hasil Penelitian	34
4.2.1 Analisis Data	34
4.2.2 Statistik Deskriptif	36
4.2.3 Regresi Linear Berganda.....	38
4.2.4 Uji Asumsi Klasik.....	39
4.3 koefisien Determinasi	43
4.2.6 Uji Hipotesis	44
4.3 Pembahasan.....	47

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	50
5.1 Kesimpulan	50
5.2 Saran	51
DAFTAR PUSTAKA.....	53
LAMPIRAN.....	56



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	PT. Unilever Indonesia Tbk Perolehan Laba Tahun 2012-2019	5
Tabel 2.1	Tabel Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1	Rencana Waktu Penelitian	21
Tabel 4.1	Data Keuangan CSR, Profitabilitas dan Nilai Perusahaan	33
Tabel 4.2	Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	35
Tabel 4.3	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	37
Tabel 4.4	Hasil Uji Normalitas	39
Tabel 4.5	Hasil Uji Multikolinearitas	40
Tabel 4.6	Hasil Uji Autokorelasi	42
Tabel 4.7	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	43
Tabel 4.8	Hasil Uji t.....	44
Tabel 4.9	Hasil Uji F.....	45
Tabel 4.10	Kesimpulan Hasil Pengujian Hipotesis.....	46



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Konseptual.....	18
Gambar 4.1	Struktur Organisasi PT. Unilever Indonesia Tbk.....	34
Gambar 4.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas	41



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Indikator Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	
Berdasarkan <i>Global Reporting Initiative (GRI)</i>		56
Lampiran 2	Hasil Penelitian.....	62
Lampiran 3	<i>Output</i> Hasil Uji Statistika	63
Lampiran 4	Tabel Durbin Watson	65
Lampiran 5	Surat Izin Penelitian.....	70



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan didirikan memiliki tujuan yang jelas baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Salah satu tujuan jangka panjang yang seharusnya dicapai perusahaan ialah dengan peningkatan nilai perusahaan yang tinggi dan hasilnya akan tercermin pada harga pasar sahamnya. Karena investor akan menilai perusahaan melalui pergerakan harga saham yang terjadi di bursa saham untuk perusahaan yang sudah *go public*, semakin tinggi nilai perusahaan maka investor akan semakin tertarik. Untuk memaksimalkan nilai perusahaan dalam jangka panjang (tidak hanya nilai ekuitas, tetapi juga semua klaim keuangan seperti *warrant*, utang, maupun saham preferen) manajer diminta untuk membuat keputusan dengan mempertimbangkan kepentingan semua *stakeholder*, sehingga manajer akan dinilai kinerjanya berdasarkan kemampuan mencapai tujuan perusahaan serta dapat mengimplementasikan strategi untuk mencapai tujuan tersebut (Agustine, 2014).

Nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Berbagai kebijakan yang diambil oleh manajemen dalam upaya untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik dan para pemegang saham yang tercermin pada harga saham (Bringham dan Daves, 2014:19).

Harga saham yang tinggi akan membuat nilai perusahaan tinggi. Tingginya Nilai perusahaan akan membuat pasar tidak hanya percaya pada kinerja perusahaan saat ini, tetapi juga pada prospek kerja perusahaan di masa depan. Nilai perusahaan

kesejahteraan maksimum pemegang sahamnya jika harga sahamnya perusahaan meningkat. Secara umum, investor menyerahkan manajemen kepada Komisaris atau Manajer.

Kebijakan yang diambil oleh manajemen untuk meningkatkan kesejahteraan pemegang sahamnya membuat investor terkait dengan analisis nilai perusahaan, karena analisis nilai perusahaan akan memberikan informasi kepada investor dalam penilaian prospek kerja perusahaan di masa depan dalam menghasilkan laba. Untuk perusahaan yang memiliki nilai perusahaan yang baik dari perusahaan akan memberikan sinyal positif pada peningkatan harga saham perusahaan. Investor digunakan untuk menentukan nilai pasar bisnis. Rasio yang digunakan investor yaitu rasio Tobin's Q. Rasio ini dapat memberikan panduan untuk pengelolaan penilaian investor terhadap kinerja masyarakat di masa lalu dan prospek masa depannya (Silvia, 2012). Dalam penelitian ini, rasio Tobin's Q digunakan untuk mengukur nilai perusahaan.

Rasio Tobin's Q dianggap bisa memberikan informasi terbaik, karena dalam Tobin's Q menggabungkan semua elemen utang dan modal perusahaan. Tidak hanya saham dan ekuitas biasa yang digabungkan, tetapi semua aset perusahaan. Dengan digabungkannya semua aset perusahaan, itu berarti bahwa perusahaan tidak hanya berfokus pada satu jenis investor hanya dalam bentuk stok, tetapi juga untuk kreditor. Ini terjadi karena sumber pembiayaan operasional perusahaan berasal dari ekuitas dan kredit-kredit (Rika, 2010). Menurut Naqsyabandi (2015), nilai Tobin's Q merupakan rasio nilai perusahaan dari nilai asetnya. Bila angka yang diperoleh lebih besar dari sebelumnya maka kemungkinan perusahaan mengelola asetnya lebih baik dan dapat meningkatkan laba perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR) pada dasarnya adalah sebuah
UNIVERSITAS MEDAN AREA

kebutuhan bagi korporat untuk dapat berinteraksi dengan komunitas lokal sebagai

bentuk masyarakat secara keseluruhan. Kebutuhan korporat untuk beradaptasi dan guna mendapatkan keuntungan sosial dari hubungannya dengan komunitas lokal, sebuah keuntungan sosial berupa kepercayaan. *CSR* tentunya sangat berkaitan dengan kebudayaan perusahaan dan etika bisnis yang harus dimiliki oleh budaya perusahaan, karena untuk melaksanakan *CSR* diperlukan suatu budaya yang didasari oleh etika yang bersifat adaptif (Bambang Rudito dan Melia Famiola, 2019).

Kesadaran tentang pentingnya mempraktikkan *CSR* ini menjadi tren global seiring dengan semakin maraknya kepedulian masyarakat global terhadap produk-produk ramah lingkungan yang diatur oleh Undang-Undang PT No.40 Pasal 74 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (Rimba, 2010). Adanya UU PT tersebut sebagai bukti bahwa *CSR* belum sepenuhnya dijalankan oleh perusahaan dengan baik dan wajar. Untuk alasan ini, perusahaan diharuskan untuk melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Ini dapat dilihat dengan banyak kasus ketidakpuasan publik yang telah meningkat. Pemikiran yang mendasari *CSR* yang sering dianggap sebagai inti urusan etika bisnis adalah bahwa perusahaan tidak hanya akan memiliki kewajiban ekonomi dan hukum (pemegang saham/ shareholder). Tanggung jawab sosial perusahaan telah terjadi antara semua perusahaan pemangku kepentingan, termasuk klien, karyawan, komunitas, investor, pemerintah, pemasok, bahkan pesaing (Silvia, 2013).

PT. Unilever melihat bahwa *CSR* adalah solusi yang mampu memberikan perannya sendiri dalam mengelola kegiatannya dan mempertahankan eksistensi perusahaannya. *CSR* adalah konsep bahwa organisasi, terutama perusahaan dengan tanggung jawab konsumen, karyawan, pemegang saham, masyarakat, dan lingkungan dalam semua aspek operasional perusahaan. PT. Unilever melakukan program *CSR* dengan menggunakan beberapa produknya yaitu seperti melakukan

produk makanannya seperti kecap bango PT. Unilever melakukan proram *CSR* yaitu dengan cara mengadakan pelestarian makanan tradisional dengan produk tersebut.

Sementara dalam bidang korporasi, di bawah payung Yayasan Unilever Indonesia, telah menjalankan tanggung jawab perusahaannya dalam bidang : Program pemberdayaan masyarakat / UKM (Program Pemberdayaan Petani Kedelai Hitam), serta program edukasi kesehatan masyarakat (Pola Hidup Bersih dan Sehat / PHBS). Adapun program-program *CSR* Yayasan Unilever Indonesia lainnya, yaitu : *Public Health and Education (PHE) Program, Humanitarian Aid Program, Small Medium Enterprice Development Program, dan Environtment Program.*

Melihat pada fenomena masyarakat Indonesia yang sudah semakin pintar dalam berpikir dan menganalisis setiap apa yang mereka lihat. Masyarakat dapat menilai perusahaan, jika perusahaan hanya terpusat pada laba (*profit oriented*) saja atau juga memperhatikan lingkungan sebagai bentuk tanggung jawab sosial.

Masyarakat saat ini semakin mudah untuk menerima berbagai informasi karena didukung oleh kecanggihan sains dan teknologi, fenomena ini harus mendorong pembentukan pemikiran, gaya hidup dan tuntutan masyarakat yang lebih jelas. Dihadapkan dengan tren global dan tuntutan masyarakat, dan sekarang saatnya bagi setiap perusahaan untuk secara serius mempertimbangkan pengaruh dimensi sosial, ekonomi dan lingkungan dari semua kegiatan komersial (Mardiyyah, 2014).

PT. Unilever merasa bahwa pertumbuhan kegiatan suatu perusahaan, maka tanggung jawab sosialnya juga akan meningkat. Menurut kasus ini, program *CSR* harus menjadi program yang dapat beroperasi sebagai sarana untuk mempertahankan citra perusahaan. Program *CSR* dapat menjadi langkah yang tepat dalam

UNIVERSITAS MEDAN AREA dapat meningkatkan citra perusahaan di masyarakat, keberhasilan program *CSR* juga

Perusahaan berharap bahwa dengan pengungkapan *CSR*, perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan akan mengoptimalkan langkah-langkah keuangan untuk jangka waktu yang lama. Selain itu, pengungkapan *CSR* harus meningkatkan citra perusahaan dan meningkatkan penjualan. Ini menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan *CSR* berharap akan merespons secara positif oleh para pelaku pasar seperti investor dan kreditor yang dapat meningkatkan nilai perusahaan (Silvia, 2013).

**Tabel 1.1 PT. Unilever Indonesia Tbk
Perolehan Laba Tahun 2012-2019**

Tahun	Laba Bersih Setelah Pajak				
	Kuartal 1 (Rp)	Kuartal 2 (Rp)	Kuartal 3 (Rp)	Kuartal 4 (Rp)	Rata-rata (Rp)
2012	1,162,686	2,329,701	3,653,568	4,839,145	2,996,275
2013	1,431,983	2,823,890	4,090,499	5,352,625	3,424,749
2014	1,360,981	2,847,991	4,048,929	5,738,523	3,499,106
2015	1,591,699	2,930,640	4,183,173	5,851,805	3,639,329
2016	1,570,040	3,298,207	4,750,551	6,390,672	4,002,367
2017	1,960,841	3,623,950	5,229,400	7,004,562	4,454,688
2018	1,839,131	3,529,869	7,303,493	9,109,445	5,445,484
2019	1,748,520	3,697,232	5,509,603	7,392,837	4,587,048

Sumber : PT. Unilever Indonesia Tbk

Berdasarkan Tabel 1.1 maka dapat dilihat rata-rata pendapatan laba bersih perkuartal dari PT. Unilever dari tahun 2012 sampai tahun 2019. Di tahun 2012 rata-rata laba bersih berada pada 2,996,275. Di tahun 2013 naik di rata-rata 3,424,749. Lalu di tahun 2014 meningkat pada rata-rata 3,499,106. Dan naik pada rata-rata 3,639,329 pada tahun 2015. Dan pada tahun 2016 rata-rata laba bersih menunjukkan kenaikan pada 4,002,367. Pada tahun 2017 sampai tahun 2018 laba bersih pada PT. Unilever terus meningkat hingga rata-rata mencapai 5,445,484. Sementara pada

disimpulkan bahwa tingkat pengembalian yang dapat diperoleh pemilik perusahaan (pemegang saham) pada modal yang diajukan untuk perusahaan. Secara umum, semakin baik *ROE* semakin baik juga posisi pemilik perusahaan, sehingga menghasilkan penilaian yang baik dari investor pada perusahaan yang dapat meningkatkan jalannya saham dan nilai perusahaan.

Berdasarkan paparan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Profitabilitas* Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan PT Unilever Indonesia Tbk yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2012-2019)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Harga saham yang tinggi akan membuat nilai perusahaan tinggi. Tingginya Nilai perusahaan akan membuat pasar tidak hanya percaya pada kinerja perusahaan saat ini, tetapi juga pada prospek kerja perusahaan di masa depan. *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada dasarnya adalah sebuah kebutuhan bagi korporat untuk dapat berinteraksi dengan komunitas lokal sebagai bentuk masyarakat secara keseluruhan. Kebutuhan korporat untuk beradaptasi dan guna mendapatkan keuntungan sosial dari hubungannya dengan komunitas lokal, sebuah keuntungan sosial berupa kepercayaan. Melihat pada fenomena masyarakat Indonesia yang sudah semakin pintar dalam berpikir dan menganalisis setiap apa yang mereka lihat. Masyarakat dapat menilai perusahaan, jika perusahaan hanya terpusat pada laba (*profit oriented*) saja atau juga memperhatikan lingkungan sebagai bentuk tanggung

profitabilitas perusahaan. *Profitabilitas* merupakan indikator yang sering digunakan para investor untuk melihat nilai bisnis.

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka pertanyaan penelitian ini adalah:

1. Apakah *CSR* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah *Profitabilitas* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah *CSR* dan *Profitabilitas* secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan perumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *CSR* terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Profitabilitas* terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *CSR* dan *Profitabilitas* terhadap nilai perusahaan secara simultan.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan nilai tambah informasi kepada peneliti berupa pengetahuan dan wawasan mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Profitabilitas* terhadap nilai perusahaan.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat untuk pertimbangan dalam rangka meningkatkan nilai perusahaan dan setelahnya

UNIVERSITAS MEDAN AREA dapat lebih bijak dalam pengambilan keputusan-keputusan yang berhubungan dengan

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan bagi kemajuan akademis dan dapat dijadikan acuan atau referensi untuk penelitian berikutnya.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dibentuk melalui indikator nilai pasar yang dipengaruhi oleh peluang investasi. Keberadaan peluang investasi dapat memberikan sinyal positif untuk pertumbuhan bisnis di masa depan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Tujuan utama perusahaan yaitu memaksimalkan nilai perusahaan ini digunakan sebagai pengukur keberhasilan perusahaan karena dengan meningkatnya nilai perusahaan berarti meningkatnya kemakmuran pemilik perusahaan atau para pemegang saham (Brigham dan Houston, 2010:7).

Pernyataan ini dapat diterima kebenaran berdasarkan beberapa alasan, yaitu:

- a. Memaksimalkan nilai berarti mengingat pengaruh waktu terhadap nilai uang. Dana yang diterima tahun ini harus bernilai lebih tinggi dari dana yang akan diterima sepuluh tahun ke depan.
- b. Memaksimalkan nilai berarti mengingat risiko aliran pendapatan perusahaan yang ada.
- c. Kualitas arus kas harus diterima di masa yang depan akan sangat beragam.

Nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar karena perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Berbagai kebijakan yang diambil oleh manajemen dalam upaya untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran

para pemegang saham yang tercermin pada harga saham (Brigham dan

Menurut Harmono (2014), Nilai perusahaan dapat diukur melalui nilai harga saham di pasar, berdasarkan terbentuknya harga saham perusahaan di pasar, yang merupakan refleksi penilaian oleh publik terhadap kinerja keuangan perusahaan secara riil.

Keinginan investor adalah nilai perusahaan yang tinggi, karena nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan realisasi perusahaan dalam mensejahterkan pemegang sahamnya. Pemilik kekayaan dan stok perusahaan disajikan harga pasar saham yang ditentukan oleh keputusan investasi, pembiayaan dan pengelolaan aset (Setianingrum, 2013).

Dalam penelitian ini, nilai perusahaan dihitung dengan menggunakan rasio Tobin's Q. Rasio Tobin's Q dapat memberikan informasi terbaik karena dalam rasio Tobin's Q memasukkan semua elemen hutang dan modal saham perusahaan. Tidak hanya saham dan ekuitas biasa yang dimasukkan, tetapi semua aset perusahaan.

Rasio Tobin's Q ini dikembangkan oleh (James Tobin 1967 dalam Bambang dan Elen, 2010), Rasio Tobin's Q ini adalah pengukuran kinerja dengan membandingkan dua penilaian dari *asset* yang sama . berdasarkan pemikiran Tobin, bahwa insentif untuk membuat modal investasi baru adalah tinggi ketika surat berharga (saham) memberikan keuntungan di masa depan dapat dijual dengan harga yang lebih tinggi dari biaya investasinya.

2.1.2 *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Corporate Social Responsibility (CSR) atau yang disebut dengan tanggung jawab sosial perusahaan diperlukan bagi perusahaan untuk berinteraksi dengan masyarakat setempat sebagai bentuk kepedulian terhadap masyarakat secara keseluruhan. Perusahaan perlu beradaptasi dan menggunakan manfaat sosial mereka

UNIVERSITAS MEDAN AREA dan berinteraksi dengan masyarakat setempat, serta keuntungan sosial dalam

mengintegrasikan kepedulian terhadap lingkungan sosial dalam operasi dan interaksinya dengan para pemangku kepentingan (*stakeholder*). Menurut Fraderick, CSR ditafsirkan sebagai prinsip yang menjelaskan bahwa korporasi harus bertanggung jawab atas efek dari tindakan masing-masing perusahaan kepada masyarakat dan lingkungannya.

Menurut (Kotler, 2013), CSR adalah komitmen dari perusahaan yang akan secara sukarela ingin mengembangkan kesejahteraan masyarakat melalui praktik bisnis dan kontribusi dari sumber daya perusahaan. Sehubungan dengan (Lawrence dan Weber, 2012) berpendapat bahwa CSR berarti bahwa perusahaan harus bertanggung jawab atas kegiatannya yang mempengaruhi masyarakat, dan lingkungan.

Menurut Hadi (2011:46) CSR adalah sebuah komitmen secara berkelanjutan para pelaku bisnis untuk memegang teguh etika bisnisnya dalam beroperasi, memberi kontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan, dan berusaha mendukung peningkatan taraf hidup serta kesejahteraan untuk para pekerjanya, termasuk juga dalam peningkatan kualitas hidup bagi masyarakat sekitar perusahaan.

Konsep CSR merupakan salah satu tonggak penting dalam manajemen perusahaan (Riswari dan Cahyonowati, 2012). Definisi CSR telah diusulkan oleh banyak peneliti, termasuk definisi yang diajukan oleh Retno dan Priantinah (2012), CSR merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan. Semakin banyak bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, *image* perusahaan menjadi meningkat. CSR juga ditegaskan dalam UU No. 25 Tahun 2007 tentang Investasi dan UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Dalam Pasal 15 huruf b UU

berkewajiban untuk melaksanakan tanggung jawab sosial korporasi, dalam penjelasan pasal tersebut yang dimaksud dengan tanggung jawab sosial adalah siapa yang melekat pada setiap bisnis investor untuk menciptakan hubungan yang harmonis, seimbang, dan ramah lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat.

The World Business Council for Sustainability Development (WBCSD) dalam Suharto (2010:123) menafsirkan *CSR* sebagai “Komitmen bisnis yang sedang berlangsung untuk berperilaku etis dan diberikan kepada karyawan dan keluarga mereka, serta komunitas lokal dan masyarakat umum”.

2.1.3 *Profitabilitas*

Tujuan mendirikan perusahaan adalah memperoleh laba (profit), maka wajar jika *profitabilitas* adalah faktor utama analis dan investor. Menurut Munawir (2010), *Profitabilitas* adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba pada periode tertentu.

Profitabilitas adalah hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan manajemen perusahaan, jadi *profitabilitas* perusahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan pada periode akuntansi (Brigham dan Houston, 2010).

Sedangkan *profitabilitas* menurut (Puspita, 2011), sebuah ukuran kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba, manajemen mengevaluasi tingkat kenaikan sehubungan dengan volume penjualan, jumlah aset, dan beberapa investasi pemilik perusahaan. *Profitabilitas* dianggap sangat penting dalam mencapai kehidupan bisnis dengan kondisi yang menguntungkan. Dengan tidak adanya keuntungan, perusahaan akan semakin sulit untuk mengumpulkan modal dari

UNIVERSITAS MEDAN AREA, pemilik perusahaan dan pihak manajemen perusahaan akan berusaha

meningkatkan keuntungan ini karena sangat penting untuk perusahaan di masa depan.

Pengembalian investasi modal adalah indikator penting dari kekuatan perusahaan dalam jangka panjang. Angka ini menggunakan ukuran utama dari laporan laba rugi dan neraca untuk menilai *profitabilitas*. Ukuran *profitabilitas* memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan kekuatan keuangan jangka panjang atau solvabilitas yang hanya bergantung pada neraca, seperti rasio hutang ekuitas. Dan angka ini juga dapat secara aktif mengungkapkan pengembalian investasi modal dari berbagai perspektif kontributor terhadap pembiayaan yang berbeda (kreditor dan pemegang saham) (Subramanyam dan Wild, 2010:143).

Menurut Kasmir (2018), *Profitabilitas* adalah rasio untuk menilai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Rasio ini juga memberikan gambaran seberapa efektif perusahaan beroperasi sehingga memberikan keuntungan bagi perusahaan dalam mencari keuntungan.

Tujuan menggunakan rasio *profitabilitas* untuk perusahaan dan pihak luar perusahaan, yaitu :

- a. Menghitung laba yang diperoleh dalam perusahaan pada periode waktu tertentu
- b. Mengevaluasi posisi laba perusahaan pada tahun sebelumnya dengan saat ini
- c. Mengevaluasi perkembangan laba dari waktu ke waktu
- d. Mengevaluasi jumlah laba bersih setelah pajak dengan modal sendiri
- e. Untuk mengukur produktivitas semua dana perusahaan yang digunakan, baik pinjaman maupun modal sendiri. (Kasmir, 2018).

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Tabel Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti (Tahun)	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Juliya Susilowati dan Endang Dwi Retnani (2016)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Selama Tahun 2012-2014)	Kuantitatif	Hasil dari Pengujian ini menunjukkan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) berpengaruh signifikan dan positif. Ini memperlihatkan semakin baik pengungkapan kinerja dari sisi non keuangan (CSR) dan memudahkan stakeholder dalam mendapatkan informasi, dan juga dapat menjadi reaksi positif bagi pasar untuk meningkatkan harga saham sehingga akan menjadi daya tarik investor untuk melakukan kegiatan investasi. Sedangkan Profitabilitas berpengaruh signifikan dan negatif dimana manajemen perusahaan tidak berhasil meningkatkan nilai perusahaan bagi pemilik perusahaan sesuai dengan tujuan manajemen keuangan memaksimalkan nilai perusahaan.
2.	Wendy Salim Saputra (2018)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar	Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat signifikansi untuk variabel <i>corporate social responsibility</i> adalah 0,012 dibawah dari 0,05, karena itu dapat disimpulkan bahwa <i>corporate social responsibility</i> mempengaruhi nilai perusahaan, dan variabel profitabilitas pada tingkat

No.	Nama Peneliti (Tahun)	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
		Di Bursa Efek Indonesian Pada Periode 2013-2015)		signifikansi menunjukkan nilai 0,000 kurang dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan. Implikasi penelitian ini adalah untuk membantu investor menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan.
3.	Hotman Tohir Pohan, Ice Nasyrh Noor, Yudha Fatrya Bhakti (2018)	Pengaruh Profitabilitas Dan Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi (seluruh perusahaan non-keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2014-2016 dan telah mengeluarkan sustainable responsibility report yang berpaduan pada Global Reporting Initiative generasi keempat (GRI-G4))	Kuantitatif	Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan yang telah diuraikan, dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut: 1. Pengaruh Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi profitabilitas maka para investor akan merespon positif dan pada nilai perusahaan akan meningkat. 2. Pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini diduga bahwa kurangnya partisipasi perusahaan didalam melaporkan laporan kelanjutan yang sesuai dengan pedoman Global Reporting Initiative (GRI) sehingga tidak terlalu berpengaruh terhadap nilai perusahaan. 3. Profitabilitas dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi memperkuat dan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil ini

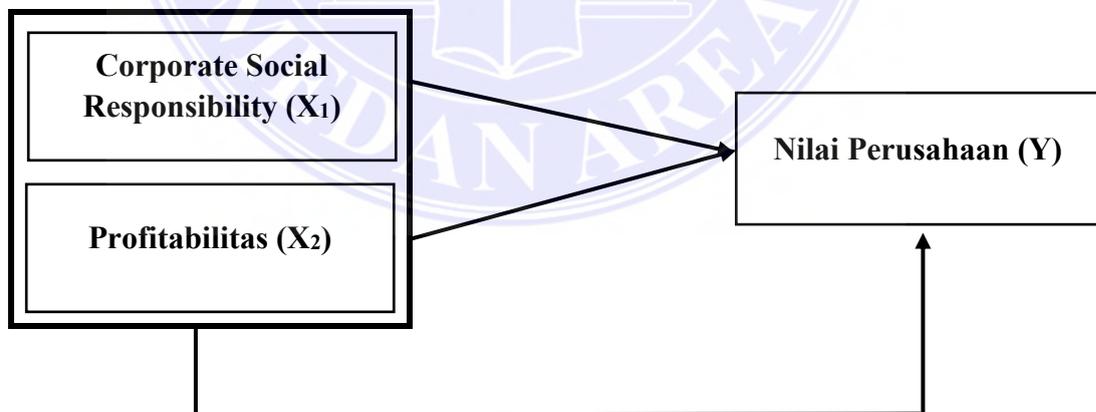
No.	Nama Peneliti (Tahun)	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				<p>mengindikasikan bahwa semakin besar ukuran suatu perusahaan mampu mencapai tingkat profitabilitas yang tinggi sehingga menarik para investor maupun kreditor.</p> <p>4. Pengungkapan corporate social responsibility dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi memperlemah dan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini diduga karena pemegang saham akan lebih fokus ke program sosial jika perusahaan tersebut telah tergolong ke dalam perusahaan besar.</p>
4.	Rizky Adhitya, Suhadak, Nila Firdausi Nuzula (2016)	Pengaruh Pengungkapan CSR Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Padatahun 2011-2013)	Kuantitatif	Hasil Uji F menunjukkan bahwa variabel pengungkapan CSR dan profitabilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Atas dasar Uji t, pengungkapan CSR dan profitabilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan secara parsial.
5.	Cinditya Marina Susanto dan Lilis Ardini (2016)	Pengaruh <i>Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar</i>	Deskriptif kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan <i>Good Corporate Governance</i> berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dan Profitabilitas (ROA) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

No.	Nama Peneliti (Tahun)	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
		Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Selama Periode 2011-2013)		

2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual menurut Sapto Haryoko dalam Iskandar (2008:54) menjelaskan model konseptual variabel penelitian, serta bagaimana teori-teori yang terkait dengan variabel penelitian yang akan diteliti, yaitu variabel independen dan variabel dependen.

Kerangka konseptual dalam sebuah penelitian harus dikemukakan jika penelitian berkenaan dengan dua variabel atau lebih. Jika penelitiannya hanya menggunakan satu variabel atau lebih secara mandiri, perlu untuk dilakukannya deskripsi teoritis dari setiap variabel dengan argumentasi terhadap besarnya dari variabel yang diteliti.



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

2.4 Hipotesis

Hipotesis Menurut Dantes (2012) hipotesis adalah praduga atau asumsi yang harus diuji melalui data atau fakta yang diperoleh melalui penelitian. Selanjutnya

UNIVERSITAS MEDAN AREA Dantes (2012) menyatakan bahwa hipotesis merupakan penuntun bagi peneliti dalam

belakang yang telah dijelaskan sebelumnya sehingga dapat dijabarkan sebagai berikut:

H₁: Secara parsial *CSR* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

H₂: Secara parsial *Profitabilitas* berpengaruh Positif terhadap Nilai Perusahaan.

H₃: Secara simultan *CSR* dan *Profitabilitas* berpengaruh Signifikan Terhadap Nilai Perusahaan.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis, Lokasi, dan Waktu Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian asosiatif. Menurut Sugiyono (2017:57) penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun hubungan antar dua variabel atau lebih. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk melihat pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya. Pada penelitian ini melihat Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Profitabilitas* Terhadap Nilai Perusahaan.

3.1.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini melalui alamat web resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) dan web resmi perusahaan (www.unilever.co.id).

3.1.3 Waktu Penelitian

Waktu pelaksanaan penelitian ini mulai dilakukan pada bulan September 2020 – April 2021. Tabel rencana waktu dari penelitian ini, yaitu:

Tabel 3.1 Rencana Waktu Penelitian

No	Kegiatan	2020 / 2021					
		November 2020	Desember 2020	Januari 2021	Februari 2021	Maret 2021	April 2021
1	Penyusunan Proposal						
2	Seminar Proposal						
3	Pengumpulan data						
4	Analisis data						
5	Seminar hasil						
6	Pengajuan Meja Hijau						
7	Meja Hijau						

Sumber: Data diolah Peneliti (2020)

3.2 Definisi Operasional

3.2.1 Variabel Dependen

Nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar. Nilai perusahaan dapat memberikan kesejahteraan pemegang saham secara maksimum jika harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi nilai harga saham dalam suatu perusahaan, maka kesejahteraan pemegang saham akan terwujud dengan baik. Rika dan Islahudin (dalam Retno dan Priantinah, 2013) Nilai perusahaan dalam penelitian ini di ukur dengan menggunakan Tobin"s Q. Rasio ini sering digunakan dalam penelitian, salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Prasekti (2015) dengan rumus berikut:

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

Keterangan:

Q = Nilai Perusahaan

EMV (Equity Market Value) = Nilai pasar ekuitas (Closing Price x Jumlah saham yang beredar)

EBV (Equity Book Value) = Nilai buku dari total (equity book value) yang diperoleh dari total ekuitas

D = Nilai buku dari total yang diperoleh dari Total hutang (total aktiva)

3.2.2 Variabel Independen

3.2.2.1 Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility merupakan kegiatan dalam aspek ekonomi, sosial dan lingkungan yang sangat penting bagi perusahaan untuk mendapatkan dukungan dari para *stakeholder* dan untuk menghindari kesenjangan sosial yang terjadi dalam lingkungan perusahaan sehingga dapat mencapai tingkat kinerja yang diharapkan dalam meningkatkan nilai perusahaan. Pengungkapan tanggung jawab sosial diukur dengan proksi CSRDI (*Corporate Social Responsibility Disclosure Index*). Perhitungan indeks CSRDI menggunakan pendekatan ekonomi, setiap elemen CSR dari instrument penelitian yang diungkapkan oleh perusahaan akan diberi nilai 1 dan jika tidak terungkap diberi nilai 0. Skor total artikel dirangkum sehingga dapat memperoleh skor total untuk setiap perusahaan. Darmadji dan Fakhruddin, (2011: 157) Berikut ini rumus yang di gunakan dalam menghitung CSRDI:

$$CSRDI : \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

CSRDI = *Corporate Social Responsibility Disclosure Indeks*

X_{ij} = Total angka atau skor yang diperoleh masing-masing perusahaan

Dummy Variabel :

1 = jika item diungkapkan

0 = jika item tidak diungkapkan, dengan demikian $0 \leq CSRDI \leq 1$

N_j = Jumlah item perusahaan j , $n_j \leq 79$

3.2.2.2 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. *Return On Equity (ROE)* menunjukkan bagian keuntungan yang berasal dari (atau menjadi hak) modal sendiri. Rasio *ROE* sering dipakai para investor dalam membeli saham suatu perusahaan (karena modal sendiri menjadi bagian pemilik) karena dengan rasio *ROE* menunjukkan seberapa baik tingkat pengembalian yang di dapatkan investor dalam kegiatan investasi yang dilakukan Brigham and Houston (2010:163).

Kasmir (2016:204) menyatakan bahwa hasil pengembalian ekuitas atau *ROE* merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Semakin tinggi tingkat *ROE* maka semakin baik. Artinya posisi pemilik perusahaan akan semakin kuat, dan sebaliknya jika tingkat *ROE*

semakin rendah maka posisi pemilik perusahaan akan semakin lemah sehingga nilai perusahaan akan rendah. Berikut rumus perhitungan *ROE*.

$$\text{Return On Equity (ROE)}: \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Ekuitas}}$$

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain. Para peneliti dapat mencari data sekunder ini melalui sumber data sekunder (Kuncoro, 2018:148).

3.3.2 Sumber Data

Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain (Kuncoro, 2018:148). Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari:

- a. Buku, jurnal-jurnal dan literatur yang terkait dengan penelitian ini.
- b. Data perusahaan yang didapat melalui *annual report* perusahaan yang didapat melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia yaitu (www.idx.co.id) dan web resmi perusahaan (www.unilever.co.id).

3.4 Teknik Analisis Data

Teknis analisis data dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kuantitatif dengan regresi linear berganda yang menggunakan program *Statistical Package Social Science (SPSS)*, karena dalam penelitian ini akan mendeskripsikan data yang sudah terkumpul

untuk membuat suatu kesimpulan. Dimana dalam teknik penelitian ini meliputi uji asumsi klasik, dan uji hipotesis.

3.4.1 Uji Asumsi Klasik

Pada penelitian ini dilakukan “evaluasi ekonometri” terhadap model dari persamaan regresi agar memenuhi syarat sebagai *Best Linear Unbiased Estimator (BLUE)*.

1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2011:160), uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variable independen dan variable dependen memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau tidak. Proses uji normalitas data dilakukan dengan memperhatikan penyebaran data (titik) pada normal p-plot of regression standardized residual dari variable independen.

2. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2011:105), uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variable independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak boleh dikorelasikan diantara variable independen. Untuk mendeteksi ada atau tidak adanya multikolinieritas dalam penelitian ini dilihat dari Variance Inflation Factor (VIF) dari setiap variabel independen di sekitar nilai 1 atau maksimum 10 (di bawah 10 masih ditoleransi).

3. Uji Autokorelasi

Bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier terdapat korelasi anantara residual pada preiode t dengan residual periode t1(sebelumnya).

Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas autokorelasi. Cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidak adanya autokorelasi adalah dengan uji *Durbin Watson (DW)*. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala autokorelasi maka dapat dilihat dari table Durbin-Watson kriteria pengambilan keputusannya antara lain:

- (a) Angka $DW < -2$ artinya autokorelasi positif
- (b) Angka DW diantara -2 samapi 2 , artinya tidak ada autokorelasi
- (c) Angka $DW > 2$, artinya autokorelasi negative.

4. Uji Heteroskedastisitas

Untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan Variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain yang berbeda disebut heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan menggunakan Grafik scatterplot. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik yang menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi.

3.4.2 Persamaan Regresi Berganda

Pada penelitian ini menggunakan beberapa model regresi liner berganda untuk data time series. Data Time Series adalah bentuk data yang dapat direkam sesuai dengan periode waktu harian, mingguan, bulanan, tahunan, maupun periode waktu tertentu lainnya dalam rentang waktu yang sama (Cryer, 2010).

Dalam analisis regresi, selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, itu juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen

dengan variabel independen (Ghozali, 2013). Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana :

Y = Nilai Perusahaan

X1 = CSR

X2 = Profitabilitas

β_1 = Koefisien Regresi CSR

β_2 = Koefisien Regresi Profitabilitas

e = Error

3.4.3 Pengujian Hipotesis

Menurut Ghozali (2011), Keakuratan fungsi regresi sampel dalam estimasi nilai aktual dapat diukur dengan goodness of fitnya. Secara statistik, setidaknya goodness of fit dapat diukur dari nilai statistik F dan nilai uji statistik t. Perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana H_0 ditolak). Dan sebaliknya disebut tidak signifikan apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah dimana H_0 diterima. Pengujian terhadap hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa cara yaitu:

3.4.3.1 Uji t

Pengujian ini menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas dalam menjelaskan setiap variabel dependen (Kuncoro, 2013:244).

Uji t digunakan untuk menilai hubungan seberapa besar pengaruh variabel

independen dan variabel dependen telah dipengaruhi satu sama lain dengan dengan variabel independen konstan lainnya. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan significance level 0,05 ($\alpha=5\%$). Penerimaan atau penolakan hipotesis yang dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

- a) Jika nilai signifikansi $t > 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti bahwa variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.
- b) Jika nilai signifikansi $t \leq 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti variabel independen tersebut mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

3.4.3.2 Uji F

Untuk mengetahui apakah variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat dengan keyakinan 95%. Ada dua cara yang dapat digunakan sebagai acuan atau pedoman untuk melakukan uji “F” yaitu:

1. Berdasarkan nilai signifikan (sig) dari Output Anova
 - a) Jika nilai sig $< 0,05$, maka hipotesis diterima. Maka artinya variabel independen (X) secara simultan berpengaruh terhadap variabel (Y)
 - b) Jika nilai sig $> 0,05$, maka hipotesis ditolak. Artinya variabel independen (X) secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (Y).
2. Berdasarkan perbandingan nilai F hitung dengan F tabel

- a) Jika nilai F hitung $>$ F tabel, maka variabel independen (X) secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen (Y).
- b) Sebaliknya, jika nilai F hitung $<$ F tabel, maka hipotesis ditolak. Artinya variabel independen (X) secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (Y).

3.4.4 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi adalah uji model yang dapat menunjukkan apakah model regresi fit dapat diproses lebih lanjut. Pada intinya, mengukur kapasitas kemampuan model menjelaskan variasi dari variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 terkecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen yang terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti bahwa variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk prediksi variasi dalam variabel dependen.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Bedasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, setelah melalui tahap pengumpulan data, pengolahan data, analisis data dan interpretasi hasil analisis mengenai pengaruh CSR dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan menggunakan data yang terdistribusi normal, tidak terjadi multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi, maka dihasilkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan PT. Unilever yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2019. Dimana semakin luas pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan, maka nilai perusahaan semakin meningkat.
2. Variabel *profitabilitas* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan PT. Unilever yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2019. Dimana *profitabilitas* pada perusahaan PT. Unilever tidak stabil dan cenderung fluktuatif sehingga tidak akan meningkatkan nilai perusahaan yang dilihat dari harga saham perusahaan PT. Unilever.
3. Secara simultan variabel CSR dan variabel *profitabilitas* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan PT. Unilever yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2019.
4. Pentingnya nilai perusahaan untuk perusahaan yaitu hasilnya akan tercermin pada harga pasar sahamnya. Karena investor akan menilai perusahaan melalui pergerakan

harga saham yang terjadi di bursa saham untuk perusahaan yang sudah *go public*, semakin tinggi nilai perusahaan maka investor akan semakin tertarik untuk investasi pada perusahaan tersebut. Karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat, serta tingginya nilai perusahaan akan membuat pasar tidak hanya percaya pada kinerja perusahaan saat ini, tetapi juga pada prospek kerja perusahaan di masa depan.

5.2 Saran

Bedasarkan penelitian yang sudah saya lakukan, saran yang saya ingin sampaikan adalah:

1. Diharapkan PT Unilever Indonesia Tbk untuk lebih memperhatikan pelaksanaan dan pengungkapan *CSR* yang dilakukan oleh perusahaan untuk cermat dalam mengambil keputusan investasi yang mampu meningkatkan nilai perusahaan.
2. Diharapkan PT Unilever Indonesia Tbk dapat meningkatkan kinerja perusahaan agar menghasilkan *profitabilitas* yang optimal sehingga nilai perusahaan akan semakin meningkat guna menarik investor untuk berinvestasi pada perusahaan.
3. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah atau mengganti variabel independen yang lain diluar variabel peneliti ini dan menggunakan proksi yang berbeda. Dan bagi peneliti dengan topik sejenis diharapkan untuk melanjutkan penelitian ini dengan menggunakan sample yang lebih banyak karena pada penelitian ini sampel yang digunakan sangat sedikit akibat keterbatasan data yang didapatkan yang menyebabkan kemungkinan penggambaran kondisi perusahaan secara keseluruhan yang tidak maksimal.

4. Bagi perusahaan emiten hendaknya meningkatkan nilai perusahaan sehingga dapat menarik investor untuk berinvestasi pada perusahaan mereka, dan perusahaan emiten hendaknya juga mampu meningkatkan *profitabilitas* perusahaannya sehingga kinerja keuangan menjadi lebih baik di mata investor.



DAFTAR PUSTAKA

- Arif, Irfandani., Metta, Kusumaningtyas., Yohana, Kus, Suparwati. (2017). *Pengaruh Profitabilitas, Dividen, Leverage, Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan (Studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar Di bursa efek Indonesia*. Jurnal Magisma Vol. 5 No. 2
- Bambang Rudito & Melia Famiola. 2019. *Corporate Social Responsibility*. Bandung: Rekayasa Sains
- Brigham & Daves. 2014. *Intermediate Financial Management*. Eight Edition, Thomson, South Western
- Brigham & Houston. 2011. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat
- Catur, Fatchu, Ukhriyawati., Rika, Malia. (2018). *Pengaruh Profitabilitas, Keputusan Investasi Dan Kebijakan Hutang Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2016*. Jurnal Bening : Volume 5, No.1
- Cinditya, Marina, Susanto., Lilis, Ardini. (2016). *Pengaruh Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Selama Periode 2011-2013)*. Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi : Volume 5, Nomor 7
- Dea, Putri, Ayu., A. A., Gede, Suarjaya. (2017). *Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Mediasi Pada Perusahaan Pertambangan (Studi Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Pada Tahun 2010-2014)*. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 6, No. 2
- Erlindawati., Early, Ridho, Kismawadi. (2019). *Determinan Profitabilitas PT. Unilever Indonesia Tbk*. Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam Volume 7 Nomor 2.
- Ganang, Radityo, Primady., Sugeng, Wahyudi. (2015). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kepemilikan Manajerial Sebagai Variabel Pemoderasi*. Journal Of Management Volume 4, Nomor 3
- Harmono. 2014. *Manajemen Keuangan*. Jakarta: Bumi Aksara
- Hotman, Tohir, Pohan., Ice, Nasyrah, Noor., Yudha, Fatrya ,Bhakti. (2018). *Pengaruh Profitabilitas Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi (seluruh perusahaan*

- non-keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2014-2016 dan telah mengeluarkan sustainable responsibility report yang berpaduan pada Global Reporting Initiative generasi keempat (GRI-G4)).* Jurnal Akuntansi Trisakti: Volume. 5 Nomor. 1
- Ihwan, Sunaryo., Bambang, Widarno., Suharno. (2018). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating.* Jurnal Akuntansi dan Sistem Teknologi Informasi Vol. 14
- Jessika, Zarliah., Hasan, Salim. (2014). *Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan: Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013.* Jurnal Manajemen, Vol 11 No. 2
- Juliya, Susilowati., Endang, Dwi, Retnani. (2016). *Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Selama Tahun 2012-2014).* Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen : Volume 5, Nomor 11
- Kasmir. 2018. *Analisis Laporan Keuangan.*
Jakarta: PT.Rajagrafindo Persada
- Kotler. 2013. *Corporate Social Responsibility.*
John wiley & Sons
- Kuncoro. 2013. *Metode Riset.*
Jakarta: Erlangga
- Putu, Elia, Meilinda, Murnita., I, Made, Pande, Dwiana, Putra. (2018). *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan Leverage sebagai Variabel Pemoderasi.* Jurnal Akuntansi Vol.23 No.2
- Rizky, Adhitya., Suhadak ., Nila, Firdausi, Nuzula. (2016). *Pengaruh Pengungkapan Csr Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada tahun 2011-2013).* Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 31 No. 1
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian.*
Bandung: Alfabeta
- Wawan, Cahyo, Nugroho., Fadlil, Abdani. (2017). *Pengaruh Profitabilitas, Dividend Policy, Leverage, Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan Kontruksi Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2013-2015.* Jurnal El-Muhasaba Vol.8, No.1
- Wendy, Salim, Saputra. (2018). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Periode 2013-2015).* Jurnal Akuntansi Bisnis Vol. 10 No. 1

www.idx.co.id

www.unilever.co.id



UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 22/12/21

Access From (repository.uma.ac.id)22/12/21

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Indikator Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* Berdasarkan *Global Reporting Initiative (GRI)*

INDIKATOR KINERJA EKONOMI	
Kinerja Ekonomi	
EC 1	Nilai Ekonomi yang dihasilkan dan didistribusikan secara langsung, termasuk pendapatan, biaya operator, kompensasi kepada karyawan, donasi dan investasi ke masyarakat, laba ditahan dan pembayaran ke penyedia modal serta pemerintah
EC 2	Implikasi keuangan dan berbagai resiko dan peluang untuk segala aktivitas perusahaan dalam menghadapi perubahan iklim
EC 3	Daftar cakupan kewajiban perusahaan dalam perencanaan benefit yang sudah ditetapkan
EC 4	Bantuan finansial signifikan yang diperoleh dari pemerintah
Keberadaan Pasar	
EC 5	Parameter standar upah karyawan dijenjang awal dibandingkan dengan upah karyawan minimum yang berlaku pada lokasi operasi tertentu
EC 6	Kebijakan, penerapan dan pembagian pembelanjaan pada subkontraktor (mitra kerja) setempat yang ada di berbagai lokasi operasi
EC 7	Prosedur penerimaan tenaga kerja lokal dan proporsi manajemen senior yang diambil dari komunikasi setempat di beberapa lokasi operasi
Dampak Ekonomi Tidak Langsung	
EC 8	Pengembangan dan dampak dari investasi infrastruktur dan pelayanan yang disediakan terutama bagi kepentingan publik melalui perdagangan, jasa dan pelayanan ataupun yang sifatnya natura
EC 9	Pemahaman dan penjelasan atas dampak ekonomi secara tidak langsung termasuk luas dampaknya
INDIKATOR KINERJA LINGKUNGAN	
Material	
EN 1	Material yang digunakan dan diklasifikasikan berdasarkan berat dan ukuran
EN 2	Presentase material bahan daur ulang yang digunakan
Energi	
EN 3	Pemakaian energi yang berasal dari sumber energi yang utama baik secara langsung maupun tidak langsung
EN 4	Pemakaian energi yang berasal dari sumber utama secara tidak langsung
EN 5	Energi yang berhasil dihemat berkat adanya efisiensi dan konserfasi yang lebih baik

EN 6	Inisiatif penyediaan produk dan jasa yang menggunakan energi efisien atau sumber gaya terbaru serta pengurangan penggunaan energi sebagai dampak dari inisiatif tersebut
EN 7	Inisiatif dalam hal pengurangan pemakaian energi secara tidak langsung dan pengurangan yang berhasil dilakukan
Air	
EN 8	Total pemakaian air dari sumbernya
EN 9	Pemakaian air yang memberi dampak cukup signifikan dari sumber mata air
EN 10	Presentase dan total jumlah air yang diadur ulang dan digunakan kembali
Keanekaragaman Hayati	
EN 11	Lokasi dan luas lahan yang dimiliki, disewakan, dikelola atau yang berdekatan dengan area yang dilindungi dan area dengan nilai keanekaragaman hayati yang tinggi diluar area yang dilindungi
EN 12	Deskripsi dampak signifikan yang ditimbulkan oleh aktivitas produk dan jasa pada keanekaragaman hayati ada diwilayah yang dilindungi serta area dengan nilai keanekaragaman hayati diluar wilayah yang dilindungi
EN 13	Habitat yang dilindungi atau dikembalikan kembali
EN 14	Strategi, aktivitas saat ini dan rencana masa depan untuk mengelola dampak terhadap keanekaragaman hayati
EN 15	Jumlah spesies yang termasuk dalam data konservasi nasional dan habitat di wilayah yang terkena dampak operasi, berdasarkan risiko kepunahan
Emisi, Effluent dan Limbah	
EN 16	Total emisi gas rumah kaca secara langsung dan tidak langsung yang diukur berdasarkan berat
EN 17	Emisi gas rumah kaca secara tidak langsung dan relevan yang diukur berdasarkan berat
EN 18	Inisiatif untuk mengurangi gas rumah kaca dan pengurangan yang berhasil dilakukan
EN 19	Emisi dan substansi perusak lapisan ozon yang diukur berdasarkan berat
EN 20	NO, SO dan emisi udara lain yang signifikan dan diklasifikasikan berdasarkan jenis dan berat
EN 21	Total air yang dibuang berdasar kualitas dan tujuan
EN 22	Total berat dari limbah yang diklasifikasikan berdasarkan jenis dan metode pembuangan
EN 23	Total biaya dan jumlah yang tumpah

EN 24	Berat dari limbah yang ditrasportasikan, diimpor, diekspor atau diolah yang diklasifikasikan berbahaya berdasarkan <i>Basel Convention Amex I, II, III, dan VIII</i> , dan presentase limbah yang dikapalkan secara internasional
EN 25	Identitas, ukuran, status yang dilindungi dan nilai keanekaragaman hayati yang terkandung di dalam air dan habitat yang ada di sekitarnya secara signifikan terkena dampak akibat adanya laporan mengenai kebocoran dan pemborosan air yang dilakukan perusahaan

Produk dan Jasa	
EN 26	Inisiatif untuk mengurangi dampak buruk pada lingkungan yang diakibatkan oleh produk dan jasa dan memperluas dampak dari inisiatif tersebut
EN 27	Presentase dari produk yang terjual dan materi kemasan dikembalikan berdasarkan kategori
Kesesuaian	
EN 28	Nilai moneter dai denda dan jumlah biaya sanksi – sanksi akibat adanya pelanggaran terhadap peraturan dan hokum lingkungan hidup
Transportasi	
EN 29	Dampak signifikan terhadap lingkungan yang diakibatkan adanya transportasi, benda lain dan materi yang digunakan perusahaan dalam operasinya dan para pegawainya
Keselarasan	
EN 30	Jumlah biaya untuk perlindungan lingkungan dan investasi berdasarkan jenis kegiatan
INDIKATOR PRAKTIK TENAGA KEJA DAN PEKERJAAN YANG LAYAK	
Pekerjaan	
LA 1	Komposisi tenaga kerja berdasar tipe pekerjaan, kontrak kerja dan lokasi
LA 2	Jumlah total rata – rata <i>turnover</i> tenaga kerja berdasarkan kelompok usia, jenis kelamin dan area
LA 3	Benefit yang diberikan kepada pegawai tetap
Hubungan Tenaga Kerja.Manajemen	
LA 4	Persentase pegawai yang dijamin oleh ketetapan hasil negoisasi yang dibuat secara kolektif
LA 5	Batas waktu minimum pemberitahuan yang terkait mengenai perubahan kebijakan operasional, termasuk mengenai apakah hal tersebut akan tercantum dalam perjanjian bersama
Kesehatan dan Keselamatan Kerja	

LA 6	Persentase total pegawai yang ada dalam struktur formal manajemen, yaitu komite keselamatan dan kesehatan kerja yang membantu yang mengawasi dan memberi arahan dalam program keselamatan dan kesehatan kerja
LA 7	Tingkat dan jumlah kecelakaan, penyakit karena jabatan, jumlah hari hilang dan tingkat absensi yang ada berdasarkan area
LA 8	Program pendidikan, pelatihan, pembimbingan, pencegahan dan pengendalian resiko diadakan untuk membantu pegawai, keluarga mereka dan lingkungan sekitar dalam menanggulangi penyakit serius
LA 9	Hal – hal mengenai keselamatan dan kesehatan kerja tercantum secara formal dan tertulis dalam sebuah perjanjian resmi serikat pekerja
Pendidikan dan Pelatihan	

LA 10	Jumlah waktu rata – rata untuk pelatihan setiap tahunnya, setiap pegawai berdasarkan kategori pegawai
LA 11	Program ketrampilan manajemen dan pendidikan jangka panjang yang mendukung kecakapan para pegawai dan membantu mereka untuk terus berkarya
LA 12	Persentase para pegawai yang menerima penilaian pegawai atas performa dan perkembangan mereka secara berkala
Keanekaragaman dan Kesempatan Setara	
LA 13	Komposisi badan tata kelola dan penjabaran pegawai berdasarkan kategori, jenis kelamin, usia, kelompok minoritas dan indikasi keanekaragaman lainnya
LA 14	Perbandingan upah standar antara pria dan wanita berdasarkan kategori pegawai

INDIKATOR KINERJA HAK ASASI MANUSIA**Praktik Investasi dan Pengadaan**

HR 1	Persentase dan total jumlah perjanjian investasi yang ada dan mencakup pasal mengenai hak asasi manusia atau telah melalui evaluasi mengenai hak asasi manusia
HR 2	Persentase dari mitra kerja dan pemasok yang telah melalui proses seleksi berdasarkan prinsip – prinsip HAM yang telah dijalankan
HR 3	Total jumlah waktu pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur yang terkait dengan aspek HAM yang berhubungan dengan prosedur kerja, termasuk persentase pegawai yang dipilih

Non-Diskriminasi

HR 4	Total jumlah kasus diskriminasi dan langkah penyelesaian masalah yang diambil
------	---

Kebebasan Berserikat dan Daya Tawar Kelompok

HR 5	Prosedur kerja yang teridentifikasi dimana hak untuk melatih kebebasan berserikat dan perundingan bersama menjadi beresiko dan langkah yang diambil untuk mendukung hak kebebasan berserikat tersebut
Tenaga Kerja Anak	
HR 6	Prosedur kerja yang teridentifikasi memiliki resiko akan adanya pekerja anak dan langkah yang diambil untuk penghapusan pekerja anak
Pegawai Tetap dan Kontrak	
HR 7	Prosedur kerja yang teridentifikasi memiliki risiko akan adanya pegawai tetap dan kontrak, dan langkah yang diambil untuk penghapusan pegawai kontrak
Praktik Keselamatan	
HR 8	Persentase petugas keamanan yang dilatih sesuai dengan kebijakan atau prosedur perusahaan yang terkait dengan aspek HAM dan prosedur kerja
Hak Penduduk Asli	
HR 9	Total jumlah kasus pelanggaran yang berkaitan dengan hak masyarakat adat dan langkah yang diambil

INDIKATOR KINERJA KEMASYARAKATAN/SOSIAL	
Kemasyarakatan	
SO 1	Sifat dasar, cakupan dan keefektifan atas program dan kegiatan apapun yang menilai dan mengelola dampak operasi terhadap masyarakat, termasuk saat memasuki wilayah operasi selama beroperasi dan pasca operasi
Korupsi	
SO 2	Persentase dan total jumlah unit usaha yang dianalisis memiliki risiko terkait tindakan penyuapan dan korupsi
SO 3	Persentase jumlah pegawai yang dilatih dalam prosedur dan kebijakan perusahaan terkait penyuapan dan korupsi
SO 4	Langkah yang diambil dalam mengatasi kasus tindakan penyuapan dan korupsi
Kebijakan Publik	
SO 5	Deskripsi kebijakan umum dan kontribusi dalam pengembangan kebijakan umum dan prosedur melobi public
SO 6	Perolehan keuntungan secara finansial dan bentuk keuntungan lainnya yang diperoleh dari hasil kontribusi kepada partai politik, politisi dan instansi terkait oleh negara dimana perusahaan beroperasi
Perilaku anti Persaingan	
SO 7	Jumlah tindakan hukum terhadap pelanggaran ketentuan anti persaingan, anti <i>trust</i> , praktik monopoli dan sanksinya
Kepatuhan	
SO 8	Nilai moneter dari denda dan jumlah biaya sanksi – sanksi akibat pelanggaran hukum dan kebijakan

INDIKATOR KINERJA TANGGUNG JAWAB PRODUK	
Keselamatan dan kesehatan konsumen	
PR 1	Proses dan tahapan kerja dalam mempertahankan kesehatan dan keselamatan konsumen dalam penggunaan produk atau jasa yang dievaluasi untuk perbaikan dan persentase dari kategori produk dan jasa yang terkait dalam prosedur tersebut
PR 2	Jumlah total kasus pelanggaran kebijakan dan mekanisme kepatuhan yang terkait dengan kesehatan dan keselamatan konsumen dalam keseluruhan proses, diukur berdasarkan hasil akhirnya
Pemasangan Label bagi Produk dan Jasa	
PR 3	Jenis informasi produk dan jasa yang dibutuhkan dalam prosedur kerja, dan persentase produk dan jasa yang terkait dalam prosedur tersebut
PR 4	Jumlah total kasus pelanggaran kebijakan dan mekanisme kepatuhan yang terkait dengan informasi produk dan jasa dan pelabelan, diukur berdasarkan hasil akhirnya
PR 5	Praktik – praktik yang terkait dengan kepuasan konsumen, termasuk hasil survey evaluasi kepuasan konsumen
Komunikasi Pemasaran	
PR 6	Program – program yang mendukung adanya standar hukum dan mekanisme kepatuhan terkait dengan komunikasi penjualan, termasuk iklan, promosi dan bentuk kerjasama, diukur berdasarkan hasil akhirnya
PR 7	Jumlah total kasus pelanggaran kebijakan dan mekanisme kepatuhan yang terkait dengan komunikasi penjualan, termasuk iklan, promosi dan bentuk kerjasama, diukur berdasarkan hasil akhirnya
Privasi Konsumen	
PR 8	Jumlah total pengaduan yang tervalidasi yang berkaitan dengan pelanggaran privasi konsumen dan data konsumen yang hilang
Kesesuaian	
PR 9	Nilai moneter dari denda dan jumlah biaya sanksi – sanksi akibat pelanggaran hukum dan kebijakan yang terkait dengan pengadaan dan penggunaan produk dan jasa

Sumber : GRI (Global Reporting Initiative) G3 Guidelines

Lampiran 2 : Hasil Penelitian

Data Keuangan *CSR*, *Profitabilitas* dan Nilai Perusahaan

Tahun	Bulan	<i>CSR</i>	<i>Profitabilitas</i>	Nilai Perusahaan
2012	Maret	0,49	0,24	91,33
	Juni	0,49	0,62	99,57
	September	0,49	0,71	114,10
	Desember	0,49	1,21	100,47
2013	Maret	0,43	0,26	95,73
	Juni	0,43	0,66	128,02
	September	0,43	0,74	122,74
	Desember	0,43	1,25	113,45
2014	Maret	0,40	0,24	112,69
	Juni	0,40	0,66	111,20
	September	0,40	0,73	118,27
	Desember	0,40	1,24	131,29
2015	Maret	0,79	0,25	144,00
	Juni	0,79	0,65	144,37
	September	0,79	0,72	134,10
	Desember	0,79	1,21	138,09
2016	Maret	0,86	0,24	142,80
	Juni	0,86	0,67	145,23
	September	0,86	0,74	147,92
	Desember	0,86	1,35	138,79
2017	Maret	0,89	0,29	131,64
	Juni	0,89	0,73	154,70
	September	0,89	0,81	148,80
	Desember	0,89	1,35	177,91
2018	Maret	0,91	0,26	139,39
	Juni	0,91	0,70	138,53
	September	0,91	0,81	124,55
	Desember	0,91	1,20	128,53
2019	Maret	0,94	0,19	121,46
	Juni	0,94	0,72	128,43
	September	0,94	0,79	128,82
	Desember	0,94	1,39	124,37

Lampiran 3 : Output Hasil Uji Statistika

1. Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	32	,40	,94	,7138	,22055
Profitabilitas	32	,19	1,39	,7384	,37425
Nilai Perusahaan	32	91,33	177,91	128,7903	18,52502
Valid N (listwise)	32				

2. Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	83,507	9,647		8,656	,000
	CSR	54,231	11,452	,646	4,736	,000
	Profitabilitas	8,905	6,749	,180	1,320	,197

3. Uji Asumsi Klasik

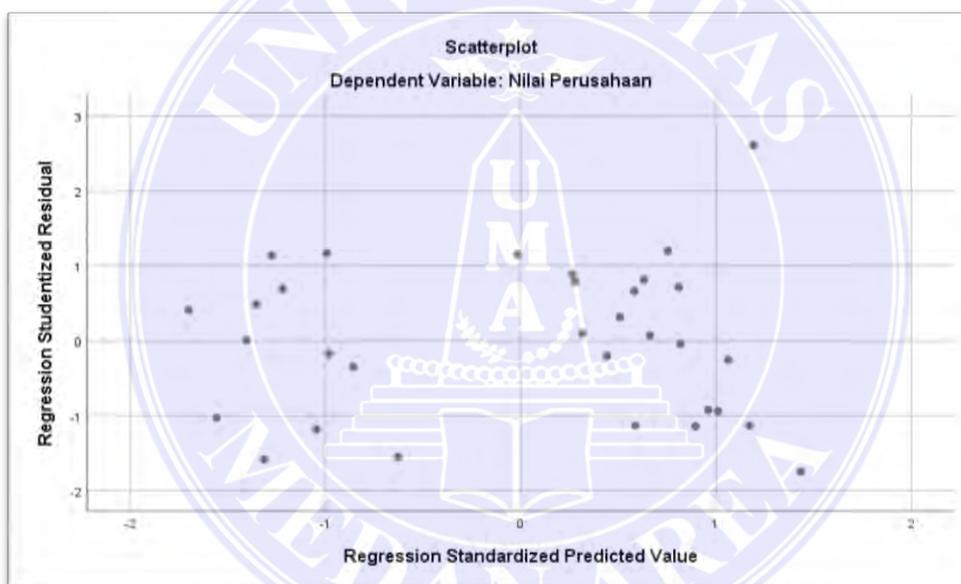
1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		32
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	13,57841443
Most Extreme Differences	Absolute	,133
	Positive	,133
	Negative	-,093
Test Statistic		,133
Asymp. Sig. (2-tailed)		,159 ^c

2. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	83,507	9,647		8,656	,000		
	CSR	54,231	11,452	,646	4,736	,000	,997	1,003
	Profitabilitas	8,905	6,749	,180	1,320	,197	,997	1,003

3. Uji Heteroskedastisitas



4. Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,680 ^a	,463	,426	14,03883	,798

4. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,680 ^a	,463	,426	14,03883	,798

5. Uji Hipotesis

1. Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	83,507	9,647		8,656	,000
	CSR	54,231	11,452	,646	4,736	,000
	Profitabilitas	8,905	6,749	,180	1,320	,197

2. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4922,889	2	2461,445	12,489	,000 ^b
	Residual	5715,573	29	197,089		
	Total	10638,462	31			

Lampiran 4 : Tabel Durbin Watson

	k=1		k=2		k=3		k=4		k=5	
n	dL	dU								
6	0.6102	1.4002								
7	0.6996	1.3564	0.4672	1.8964						
8	0.7629	1.3324	0.5591	1.7771	0.3674	2.2866				
9	0.8243	1.3199	0.6291	1.6993	0.4548	2.1282	0.2957	2.5881		
10	0.8791	1.3197	0.6972	1.6413	0.5253	2.0163	0.3760	2.4137	0.2427	2.8217

11	0.9273	1.3241	0.7580	1.6044	0.5948	1.9280	0.4441	2.2833	0.3155	2.6446
12	0.9708	1.3314	0.8122	1.5794	0.6577	1.8640	0.5120	2.1766	0.3796	2.5061
13	1.0097	1.3404	0.8612	1.5621	0.7147	1.8159	0.5745	2.0943	0.4445	2.3897
14	1.0450	1.3503	0.9054	1.5507	0.7667	1.7788	0.6321	2.0296	0.5052	2.2959
15	1.0770	1.3605	0.9455	1.5432	0.8140	1.7501	0.6852	1.9774	0.5620	2.2198
16	1.1062	1.3709	0.9820	1.5386	0.8572	1.7277	0.7340	1.9351	0.6150	2.1567
17	1.1330	1.3812	1.0154	1.5361	0.8968	1.7101	0.7790	1.9005	0.6641	2.1041
18	1.1576	1.3913	1.0461	1.5353	0.9331	1.6961	0.8204	1.8719	0.7098	2.0600
19	1.1804	1.4012	1.0743	1.5355	0.9666	1.6851	0.8588	1.8482	0.7523	2.0226
20	1.2015	1.4107	1.1004	1.5367	0.9976	1.6763	0.8943	1.8283	0.7918	1.9908
21	1.2212	1.4200	1.1246	1.5385	1.0262	1.6694	0.9272	1.8116	0.8286	1.9635
22	1.2395	1.4289	1.1471	1.5408	1.0529	1.6640	0.9578	1.7974	0.8629	1.9400
23	1.2567	1.4375	1.1682	1.5435	1.0778	1.6597	0.9864	1.7855	0.8949	1.9196
24	1.2728	1.4458	1.1878	1.5464	1.1010	1.6565	1.0131	1.7753	0.9249	1.9018
25	1.2879	1.4537	1.2063	1.5495	1.1228	1.6540	1.0381	1.7666	0.9530	1.8863
26	1.3022	1.4614	1.2236	1.5528	1.1432	1.6523	1.0616	1.7591	0.9794	1.8727
27	1.3157	1.4688	1.2399	1.5562	1.1624	1.6510	1.0836	1.7527	1.0042	1.8608
28	1.3284	1.4759	1.2553	1.5596	1.1805	1.6503	1.1044	1.7473	1.0276	1.8502
29	1.3405	1.4828	1.2699	1.5631	1.1976	1.6499	1.1241	1.7426	1.0497	1.8409
30	1.3520	1.4894	1.2837	1.5666	1.2138	1.6498	1.1426	1.7386	1.0706	1.8326
31	1.3630	1.4957	1.2969	1.5701	1.2292	1.6500	1.1602	1.7352	1.0904	1.8252
32	1.3734	1.5019	1.3093	1.5736	1.2437	1.6505	1.1769	1.7323	1.1092	1.8187
33	1.3834	1.5078	1.3212	1.5770	1.2576	1.6511	1.1927	1.7298	1.1270	1.8128
34	1.3929	1.5136	1.3325	1.5805	1.2707	1.6519	1.2078	1.7277	1.1439	1.8076
35	1.4019	1.5191	1.3433	1.5838	1.2833	1.6528	1.2221	1.7259	1.1601	1.8029
36	1.4107	1.5245	1.3537	1.5872	1.2953	1.6539	1.2358	1.7245	1.1755	1.7987
37	1.4190	1.5297	1.3635	1.5904	1.3068	1.6550	1.2489	1.7233	1.1901	1.7950
38	1.4270	1.5348	1.3730	1.5937	1.3177	1.6563	1.2614	1.7223	1.2042	1.7916
39	1.4347	1.5396	1.3821	1.5969	1.3283	1.6575	1.2734	1.7215	1.2176	1.7886

40	1.4421	1.5444	1.3908	1.6000	1.3384	1.6589	1.2848	1.7209	1.2305	1.7859
41	1.4493	1.5490	1.3992	1.6031	1.3480	1.6603	1.2958	1.7205	1.2428	1.7835
42	1.4562	1.5534	1.4073	1.6061	1.3573	1.6617	1.3064	1.7202	1.2546	1.7814
43	1.4628	1.5577	1.4151	1.6091	1.3663	1.6632	1.3166	1.7200	1.2660	1.7794
44	1.4692	1.5619	1.4226	1.6120	1.3749	1.6647	1.3263	1.7200	1.2769	1.7777
45	1.4754	1.5660	1.4298	1.6148	1.3832	1.6662	1.3357	1.7200	1.2874	1.7762
46	1.4814	1.5700	1.4368	1.6176	1.3912	1.6677	1.3448	1.7201	1.2976	1.7748
47	1.4872	1.5739	1.4435	1.6204	1.3989	1.6692	1.3535	1.7203	1.3073	1.7736
48	1.4928	1.5776	1.4500	1.6231	1.4064	1.6708	1.3619	1.7206	1.3167	1.7725
49	1.4982	1.5813	1.4564	1.6257	1.4136	1.6723	1.3701	1.7210	1.3258	1.7716
50	1.5035	1.5849	1.4625	1.6283	1.4206	1.6739	1.3779	1.7214	1.3346	1.7708
51	1.5086	1.5884	1.4684	1.6309	1.4273	1.6754	1.3855	1.7218	1.3431	1.7701
52	1.5135	1.5917	1.4741	1.6334	1.4339	1.6769	1.3929	1.7223	1.3512	1.7694
53	1.5183	1.5951	1.4797	1.6359	1.4402	1.6785	1.4000	1.7228	1.3592	1.7689
54	1.5230	1.5983	1.4851	1.6383	1.4464	1.6800	1.4069	1.7234	1.3669	1.7684
55	1.5276	1.6014	1.4903	1.6406	1.4523	1.6815	1.4136	1.7240	1.3743	1.7681
56	1.5320	1.6045	1.4954	1.6430	1.4581	1.6830	1.4201	1.7246	1.3815	1.7678
57	1.5363	1.6075	1.5004	1.6452	1.4637	1.6845	1.4264	1.7253	1.3885	1.7675
58	1.5405	1.6105	1.5052	1.6475	1.4692	1.6860	1.4325	1.7259	1.3953	1.7673
59	1.5446	1.6134	1.5099	1.6497	1.4745	1.6875	1.4385	1.7266	1.4019	1.7672
60	1.5485	1.6162	1.5144	1.6518	1.4797	1.6889	1.4443	1.7274	1.4083	1.7671
61	1.5524	1.6189	1.5189	1.6540	1.4847	1.6904	1.4499	1.7281	1.4146	1.7671
62	1.5562	1.6216	1.5232	1.6561	1.4896	1.6918	1.4554	1.7288	1.4206	1.7671
63	1.5599	1.6243	1.5274	1.6581	1.4943	1.6932	1.4607	1.7296	1.4265	1.7671
64	1.5635	1.6268	1.5315	1.6601	1.4990	1.6946	1.4659	1.7303	1.4322	1.7672
65	1.5670	1.6294	1.5355	1.6621	1.5035	1.6960	1.4709	1.7311	1.4378	1.7673
66	1.5704	1.6318	1.5395	1.6640	1.5079	1.6974	1.4758	1.7319	1.4433	1.7675
67	1.5738	1.6343	1.5433	1.6660	1.5122	1.6988	1.4806	1.7327	1.4486	1.7676
68	1.5771	1.6367	1.5470	1.6678	1.5164	1.7001	1.4853	1.7335	1.4537	1.7678

69	1.5803	1.6390	1.5507	1.6697	1.5205	1.7015	1.4899	1.7343	1.4588	1.7680
70	1.5834	1.6413	1.5542	1.6715	1.5245	1.7028	1.4943	1.7351	1.4637	1.7683

n	k=1		k=2		k=3		k=4		k=5	
	dL	dU								
71	1.5865	1.6435	1.5577	1.6733	1.5284	1.7041	1.4987	1.7358	1.4685	1.7685
72	1.5895	1.6457	1.5611	1.6751	1.5323	1.7054	1.5029	1.7366	1.4732	1.7688
73	1.5924	1.6479	1.5645	1.6768	1.5360	1.7067	1.5071	1.7375	1.4778	1.7691
74	1.5953	1.6500	1.5677	1.6785	1.5397	1.7079	1.5112	1.7383	1.4822	1.7694
75	1.5981	1.6521	1.5709	1.6802	1.5432	1.7092	1.5151	1.7390	1.4866	1.7698
76	1.6009	1.6541	1.5740	1.6819	1.5467	1.7104	1.5190	1.7399	1.4909	1.7701
77	1.6036	1.6561	1.5771	1.6835	1.5502	1.7117	1.5228	1.7407	1.4950	1.7704
78	1.6063	1.6581	1.5801	1.6851	1.5535	1.7129	1.5265	1.7415	1.4991	1.7708
79	1.6089	1.6601	1.5830	1.6867	1.5568	1.7141	1.5302	1.7423	1.5031	1.7712
80	1.6114	1.6620	1.5859	1.6882	1.5600	1.7153	1.5337	1.7430	1.5070	1.7716
81	1.6139	1.6639	1.5888	1.6898	1.5632	1.7164	1.5372	1.7438	1.5109	1.7720
82	1.6164	1.6657	1.5915	1.6913	1.5663	1.7176	1.5406	1.7446	1.5146	1.7724
83	1.6188	1.6675	1.5942	1.6928	1.5693	1.7187	1.5440	1.7454	1.5183	1.7728
84	1.6212	1.6693	1.5969	1.6942	1.5723	1.7199	1.5472	1.7462	1.5219	1.7732
85	1.6235	1.6711	1.5995	1.6957	1.5752	1.7210	1.5505	1.7470	1.5254	1.7736
86	1.6258	1.6728	1.6021	1.6971	1.5780	1.7221	1.5536	1.7478	1.5289	1.7740
87	1.6280	1.6745	1.6046	1.6985	1.5808	1.7232	1.5567	1.7485	1.5322	1.7745
88	1.6302	1.6762	1.6071	1.6999	1.5836	1.7243	1.5597	1.7493	1.5356	1.7749
89	1.6324	1.6778	1.6095	1.7013	1.5863	1.7254	1.5627	1.7501	1.5388	1.7754
90	1.6345	1.6794	1.6119	1.7026	1.5889	1.7264	1.5656	1.7508	1.5420	1.7758
91	1.6366	1.6810	1.6143	1.7040	1.5915	1.7275	1.5685	1.7516	1.5452	1.7763
92	1.6387	1.6826	1.6166	1.7053	1.5941	1.7285	1.5713	1.7523	1.5482	1.7767
93	1.6407	1.6841	1.6188	1.7066	1.5966	1.7295	1.5741	1.7531	1.5513	1.7772
94	1.6427	1.6857	1.6211	1.7078	1.5991	1.7306	1.5768	1.7538	1.5542	1.7776

95	1.6447	1.6872	1.6233	1.7091	1.6015	1.7316	1.5795	1.7546	1.5572	1.7781
96	1.6466	1.6887	1.6254	1.7103	1.6039	1.7326	1.5821	1.7553	1.5600	1.7785
97	1.6485	1.6901	1.6275	1.7116	1.6063	1.7335	1.5847	1.7560	1.5628	1.7790
98	1.6504	1.6916	1.6296	1.7128	1.6086	1.7345	1.5872	1.7567	1.5656	1.7795
99	1.6522	1.6930	1.6317	1.7140	1.6108	1.7355	1.5897	1.7575	1.5683	1.7799
100	1.6540	1.6944	1.6337	1.7152	1.6131	1.7364	1.5922	1.7582	1.5710	1.7804
101	1.6558	1.6958	1.6357	1.7163	1.6153	1.7374	1.5946	1.7589	1.5736	1.7809
102	1.6576	1.6971	1.6376	1.7175	1.6174	1.7383	1.5969	1.7596	1.5762	1.7813
103	1.6593	1.6985	1.6396	1.7186	1.6196	1.7392	1.5993	1.7603	1.5788	1.7818
104	1.6610	1.6998	1.6415	1.7198	1.6217	1.7402	1.6016	1.7610	1.5813	1.7823
105	1.6627	1.7011	1.6433	1.7209	1.6237	1.7411	1.6038	1.7617	1.5837	1.7827
106	1.6644	1.7024	1.6452	1.7220	1.6258	1.7420	1.6061	1.7624	1.5861	1.7832
107	1.6660	1.7037	1.6470	1.7231	1.6277	1.7428	1.6083	1.7631	1.5885	1.7837
108	1.6676	1.7050	1.6488	1.7241	1.6297	1.7437	1.6104	1.7637	1.5909	1.7841
109	1.6692	1.7062	1.6505	1.7252	1.6317	1.7446	1.6125	1.7644	1.5932	1.7846
110	1.6708	1.7074	1.6523	1.7262	1.6336	1.7455	1.6146	1.7651	1.5955	1.7851
111	1.6723	1.7086	1.6540	1.7273	1.6355	1.7463	1.6167	1.7657	1.5977	1.7855
112	1.6738	1.7098	1.6557	1.7283	1.6373	1.7472	1.6187	1.7664	1.5999	1.7860
113	1.6753	1.7110	1.6574	1.7293	1.6391	1.7480	1.6207	1.7670	1.6021	1.7864
114	1.6768	1.7122	1.6590	1.7303	1.6410	1.7488	1.6227	1.7677	1.6042	1.7869
115	1.6783	1.7133	1.6606	1.7313	1.6427	1.7496	1.6246	1.7683	1.6063	1.7874
116	1.6797	1.7145	1.6622	1.7323	1.6445	1.7504	1.6265	1.7690	1.6084	1.7878
117	1.6812	1.7156	1.6638	1.7332	1.6462	1.7512	1.6284	1.7696	1.6105	1.7883
118	1.6826	1.7167	1.6653	1.7342	1.6479	1.7520	1.6303	1.7702	1.6125	1.7887
119	1.6839	1.7178	1.6669	1.7352	1.6496	1.7528	1.6321	1.7709	1.6145	1.7892
120	1.6853	1.7189	1.6684	1.7361	1.6513	1.7536	1.6339	1.7715	1.6164	1.7896
121	1.6867	1.7200	1.6699	1.7370	1.6529	1.7544	1.6357	1.7721	1.6184	1.7901
122	1.6880	1.7210	1.6714	1.7379	1.6545	1.7552	1.6375	1.7727	1.6203	1.7905
123	1.6893	1.7221	1.6728	1.7388	1.6561	1.7559	1.6392	1.7733	1.6222	1.7910

124	1.6906	1.7231	1.6743	1.7397	1.6577	1.7567	1.6409	1.7739	1.6240	1.7914
125	1.6919	1.7241	1.6757	1.7406	1.6592	1.7574	1.6426	1.7745	1.6258	1.7919
126	1.6932	1.7252	1.6771	1.7415	1.6608	1.7582	1.6443	1.7751	1.6276	1.7923
127	1.6944	1.7261	1.6785	1.7424	1.6623	1.7589	1.6460	1.7757	1.6294	1.7928
128	1.6957	1.7271	1.6798	1.7432	1.6638	1.7596	1.6476	1.7763	1.6312	1.7932
129	1.6969	1.7281	1.6812	1.7441	1.6653	1.7603	1.6492	1.7769	1.6329	1.7937
130	1.6981	1.7291	1.6825	1.7449	1.6667	1.7610	1.6508	1.7774	1.6346	1.7941
131	1.6993	1.7301	1.6838	1.7458	1.6682	1.7617	1.6523	1.7780	1.6363	1.7945
132	1.7005	1.7310	1.6851	1.7466	1.6696	1.7624	1.6539	1.7786	1.6380	1.7950
133	1.7017	1.7319	1.6864	1.7474	1.6710	1.7631	1.6554	1.7791	1.6397	1.7954
134	1.7028	1.7329	1.6877	1.7482	1.6724	1.7638	1.6569	1.7797	1.6413	1.7958
135	1.7040	1.7338	1.6889	1.7490	1.6738	1.7645	1.6584	1.7802	1.6429	1.7962
136	1.7051	1.7347	1.6902	1.7498	1.6751	1.7652	1.6599	1.7808	1.6445	1.7967

Lampiran 5 : Surat Izin Penelitian



UNIVERSITAS MEDAN AREA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jl. Kolam No. 1 Medan Estate Telp (061) 7366878, 7360168, 7364348, 7366791, Fax. (061) 7366998
Kampus II : Jl. Sei Serayu No. 70A/Jl. Setia Budi No. 79B Medan Telp (061) 8225602, 8201994, Fax. (061) 8226331
Email : univ_medanarea@uma.ac.id Website.uma.ac.id akademik.feuma@gmail.com

SURAT KETERANGAN

Nomor : 322 /FEB.1/06.5/XII/2020

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area dengan ini menerangkan :

N a m a : ANITA LUBIS
N P M : 178320131
Program Studi : MANAJEMEN

Bahwa mahasiswa tersebut diatas telah melaksanakan pengambilan data / riset untuk penulisan skripsi dari jalur Internet yang berjudul

"Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan PT Unilever Indonesia Tbk Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2012-2019)

Surat keterangan ini dikeluarkan untuk mahasiswa memperoleh data.

Demikian surat keterangan ini diperbuat untuk dipergunakan seperlunya.

A.n. Dekan , 20 Desember 2020

Program Studi Manajemen

