



**EFEK MEDIASI KINERJA PERUSAHAAN PADA PENGARUH  
LAPORAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN  
UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN**

**TESIS**

Oleh

**Imamatin Listya Putri**

**NIM 160820301003**

**PROGRAM PASCASARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS JEMBER  
2019**



**EFEK MEDIASI KINERJA PERUSAHAAN PADA PENGARUH  
LAPORAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN  
UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN**

**TESIS**

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Program Studi Akuntansi (S2)  
dan mencapai gelar Magister Akuntansi

Oleh

**Imamatin Listya Putri**

**NIM 160820301003**

**PROGRAM PASCASARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS JEMBER**

**2019**

## PERSEMBAHAN

Tesis ini saya persembahkan sebagai bentuk pengabdian, hormat dan terimakasih kepada :

1. Kedua Orang Tua saya, Ibu Watinah, S.Pd., dan Bapak Anjar Hariyanto, S.Pd., yang telah memberikan doa, arahan, motivasi dan semangat yang tiada henti.
2. Suami saya Ahmad Albajili Masyhum Aufar, S.Kom., yang selalu memberikan motivasi dan doa untuk kesuksesan saya.
3. Anakku Milano El Javirsyah yang selalu mengerti, mendukung dan rela waktu bermainnya bersama saya dibagi dengan mengerjakan tesis ini.
4. Seluruh anggota keluarga besar yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan
5. Bapak Ibu Dosen Pembimbing dan penguji telah memberikan arahan motivasi dan ilmu yang bermanfaat mulai dari proses perkuliahan hingga tesis ini selesai.
6. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Magister Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember yang telah bersedia memberikan ilmu dan motivasi untuk saya agar menjadi lebih baik.
7. Sahabat-sahabatku, terimakasih atas doa, bantuan, motivasi dan semangatnya
8. Semua yang terlibat baik secara langsung ataupun tidak langsung dalam pengerjaan Tesis ini;
9. Almamater Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Jember

**MOTTO**

*“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai kesanggupannya”*

(QS Al Baqarah ayat:286)

*“I Never Dream About Success, I Work For It”*

(Estee lauder)



## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Imamatin Listya Putri

NIM : 160820301003

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “Efek Mediasi Kinerja Perusahaan pada Laporan *Corporate Social Responsibility* dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan” adalah benar-benar hasil sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan di institusi manapun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 19 Februari 2019

Yang menyatakan,

Imamatin Listya Putri

NIM 160820301003

**TESIS**

**EFEK MEDIASI KINERJA PERUSAHAAN PADA LAPORAN  
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN UKURAN  
PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN**

Oleh

**Imamatin Listya Putri**

**NIM 160820301003**

**Pembimbing**

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Muhammad Miqdad, S.E., M.M., Ak., CA.

Dosen Pembimbing Anggota : Dr. Alwan Sri Kustono, M.Si, Ak.

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Tesis berjudul “Efek Mediasi Kinerja Perusahaan pada Laporan *Corporate Social Responsibility* dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan” telah disetujui untuk diuji pada

Hari/ Tanggal : Selasa, 19 Februari 2019

Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember

**Dosen Pembimbing Utama**

**Dosen Pembimbing Anggota**

**Dr. Muhammad Miqdad, S.E., M.M., Ak., CA**

NIP 197107271995121001

**Dr. Alwan Sri Kustono, M.Si, Ak.**

NIP 197204162001121001

**Mengesahkan,**  
Ketua Program Studi Magister Akuntansi  
Universitas Jember

**Dr. Siti Maria Wardayati, M.Si., Ak., CA**

NIP 196608051992012001

## PENGESAHAN

Tesis dengan judul berjudul “Efek Mediasi Kinerja Perusahaan pada Laporan *Corporate Social Responsibility* dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan” karya Imamatin Listya Putri telah diuji dan disahkan pada:

hari, tanggal : Selasa, 19 Februari 2019

tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Tim Penguji:

Ketua,

**Dr. Ahmad Roziq, S.E., M.M., Ak.**

NIP 197004281997021001

Anggota I,

Anggota II,

**Dr. Agung Budi Sulistiyo, S.E. M.Si., Ak.**

NIP 197809272001121002

**Dr. Whedy Prasetyo, S.E., M.SA, CPMA, CA, Ak.**

NIP 197705232008011012

Anggota III,

Anggota IV,

**Dr. Muhammad Miqdad, S.E., M.M., Ak., C.**

NIP 197107271995121001

**Dr. Alwan Sri Kustono, M.Si, Ak.**

NIP 197204162001121001

Mengesahkan

Dekan,

**Dr. Muhammad Miqdad, S.E., M.M., Ak., CA**

NIP 197107271995121001



## RINGKASAN

**Efek Mediasi Kinerja Perusahaan pada Laporan *Corporate Social Responsibility* dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan;** Imamatin Listya Putri, 160820301003; 2019; 87 halaman; Magister Akuntansi fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Nilai perusahaan merupakan suatu hal yang penting bagi setiap perusahaan publik. Sartono (2010: 487) menjelaskan bahwa nilai perusahaan menjadi penentu dari nilai jual sebuah perusahaan sebagai suatu bisnis yang sedang beroperasi. Kinerja perusahaan dapat menjadi penentu tinggi rendahnya nilai perusahaan karena kinerja perusahaan dapat menjadi sinyal positif bagi para investor. Sutrisno (2009) menjelaskan bahwa informasi pada laporan keuangan menggambarkan mengenai informasi terkait kondisi perkembangan keuangan perusahaan. Laporan kegiatan CSR juga menjadi suatu isu yang penting bagi seluruh perusahaan yang ada di dunia tidak terkecuali perusahaan yang ada di Indonesia dengan dikeluarkannya peraturan Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Ukuran perusahaan juga dapat meningkatkan kinerja perusahaan yang berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Perusahaan yang memiliki ukuran yang besar akan selalu berusaha menciptakan kinerja yang baik. Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Untuk menguji dan menganalisis adanya pengaruh dari laporan *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja perusahaan (2) Untuk menguji dan menganalisis adanya pengaruh dari laporan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan (3) Untuk menguji dan menganalisis adanya pengaruh dari ukuran perusahaan terhadap kinerja perusahaan (4) Untuk menguji dan menganalisis adanya pengaruh dari ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan (5) Untuk menguji dan membuktikan adanya pengaruh dari kinerja perusahaan terhadap nilai perusahaan

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) sebagai subjek penelitian. Penelitian dengan menggunakan laporan tahunan dan laporan CSR yang dihasilkan pada tahun 2013-2017 sebagai data penelitian. Populasi penelitian berjumlah 20 perusahaan dan sampel penelitian ini ditentukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* berjumlah 50 sampel sesuai dengan kriteria.

Hasil penelitian membuktikan bahwa: (1) Laporan *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh langsung terhadap kinerja perusahaan, (2) Laporan *Corporate Social Responsibility* tidak memiliki pengaruh langsung terhadap nilai perusahaan., (3) Ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap kinerja perusahaan, (4) Ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh langsung terhadap nilai perusahaan, (5) Kinerja perusahaan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan (6) Kinerja perusahaan memiliki efek mediasi pada pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

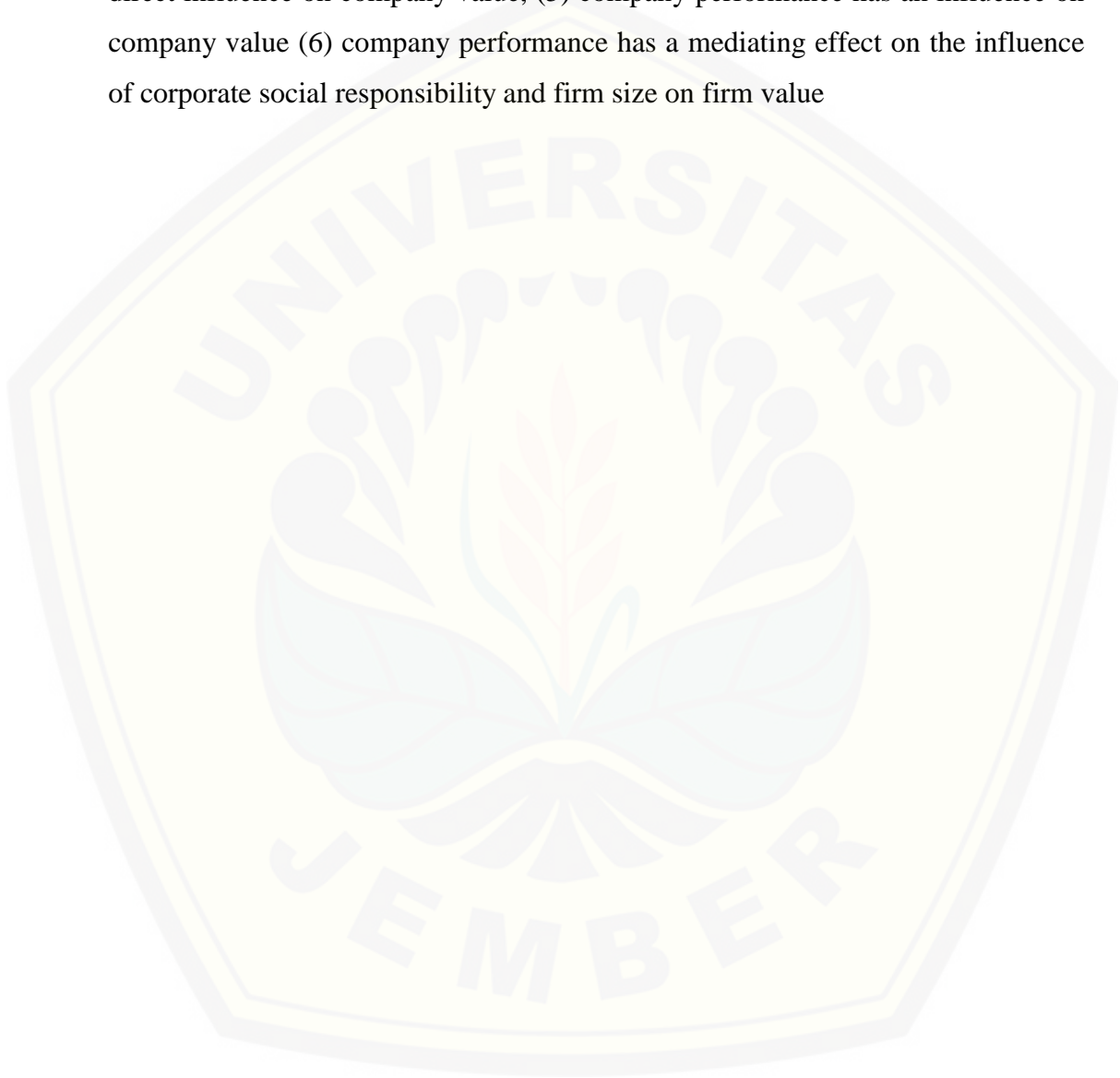
## SUMMARY

**Mediation Effects of Company Performance on Corporate Social Responsibility Reports and Company Size to Company Values;** Imamatin Listya Putri, 160820301003; 2019; 87 pages; Magister of Accounting Department, Faculty of Economics and Business, Jember University.

Company value is an important thing for every public company. Sartono (2010: 487) explains that corporate value determines the selling value of a company as a business that is operating. Company performance can be a determinant of the high and low value of the company because the company's performance can be a positive signal for investors. Sutrisno (2009) explains that information on financial statements describes information related to the condition of the company's financial development. Reports on CSR activities are also an important issue for all companies in the world, including companies in Indonesia with the issuance of Law No. 40 of 2007 concerning Limited Liability Companies. The size of the company can also improve company performance which has an impact on increasing the value of the company. Companies that have large sizes will always try to create good performance. The purpose of this study is (1) To test and analyze the influence of Corporate Social Responsibility reports on company performance (2) To test and analyze the influence of Corporate Social Responsibility reports on firm value (3) To test and analyze the influence of size company to company performance (4) To test and analyze the influence of company size on firm value (5) To test and prove the influence of company performance on firm value

This research was conducted at a state-owned enterprise (BUMN) as a research subject. Research using annual reports and CSR reports produced in 2013-2017 as research data. The research population amounted to 20 companies and the sample of this study was determined using a purposive sampling technique totaling 50 samples according to the criteria.

The results of the study prove that: (1) Corporate Social Responsibility Reports have a direct influence on company performance, (2) Corporate Social Responsibility Reports do not have a direct influence on firm value. (3) Firm size has an influence on company performance, (4) Size the company does not have a direct influence on company value, (5) company performance has an influence on company value (6) company performance has a mediating effect on the influence of corporate social responsibility and firm size on firm value



## PRAKATA

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “Efek Mediasi Kinerja Perusahaan pada Laporan *Corporate Social Responsibility* dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan”. Tesis ini disusun guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Akuntansi (S2) dan mencapai gelar Magister Akuntansi.

Penyusunan Tesis ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu, penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Dr. Muhammad Miqdad, S.E., M.M., Ak., CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember sekaligus selaku Dosen Pembimbing Utama
2. Dr. Siti Maria Wardayati, M.Si., Ak., CA, selaku Ketua Program Studi Magister Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember
3. Ibu Dr. Yosefa Sayekti, M.Com, Ak, selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember
4. Dr. Alwan Sri Kustono, M.Si., Ak selaku Dosen Pembimbing Anggota
5. Dr. Ahmad Roziq, S.E., M.M., Ak. selaku selaku Ketua Tim Penguji, Dr. Agung Budi Sulistiyo, S.E. M.Si., Ak. selaku Anggota Tim Penguji, Dr. Whedy Prasetyo, S.E., MSA, CPMA, CA, Ak. selaku Anggota Tim Penguji yang telah meluangkan waktu untuk membimbing penulis. Terimakasih atas semua ilmu dan nasihat yang diberikan
6. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember yang telah bersedia membagi ilmu pengetahuan untuk penulis;
7. Pihak Akademik, Perpustakaan, dan Tata Usaha di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember yang telah membantu dalam proses penyelesaian tesis ini;
8. Keluarga tercinta Ibu, Bapak, Suami, Anak, Kakak, Kakak Ipar, Adek, yang selalu memberikan doa dan motivasi dan dukungan yang tak terbatas.

9. Teman-Teman Magister Akuntansi Kelas B. Terimakasih atas bantuan, motivasi, dan semangatnya selama proses penyelesaian tesis ini;
10. Teman-Teman Magister Akuntansi angkatan 2016;
11. Semua pihak yang telah membantu penyelesaian tesis ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga Allah selalu memberikan rahmat dan hidayah Nya kepada semua pihak yang telah membantu hingga tesis ini dapat terselesaikan dengan baik. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan tesis ini masih jauh dari kesempurnaan, baik karena keterbatasan ilmu yang dimiliki maupun kesalahan dari pihak pribadi. Demikian, semoga tesis ini dapat bermanfaat khususnya bagi almamater tercinta, serta bagi pembaca pada umumnya.

Jember, 19 Februari 2019

Penulis

**DAFTAR ISI**

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	v
<b>HALAMAN PEMBIMBINGAN</b> .....	vi
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	vii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	viii
<b>RINGKASAN</b> .....	ix
<b>SUMMARY</b> .....	xi
<b>PRAKATA</b> .....	xiii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xvii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xviii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xix
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
<b>2.1 Landasan Teori</b> .....	9
2.1.1 Teori Legitimasi .....	9
2.1.2 Teori Sinyal .....	11
2.1.3 Corporate Social Responsibility .....	13
2.1.4 Ukuran Perusahaan .....	16
2.1.5 Kinerja Perusahaan .....	17
2.1.6 Nilai Perusahaan .....	18
2.2 Penelitian Terdahulu .....	19
2.3 Kerangka Konseptual Penelitian .....	23
2.4 Pengembangan Hipotesis .....	25
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Jenis Penelitian .....	32

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian .....	32
3.3 Data Penelitian .....	33
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	33
3.4.1 Variabel Independen ( $X_1$ ) .....	34
3.4.2 Variabel Independen ( $X_2$ ) .....	34
3.4.3 Variabel Mediasi (Z) .....	34
3.4.5 Variabel Dependen (Y) .....	35
3.5 Analisis Data .....	35
3.5.1 Statistik Deskriptif .....	36
3.5.2 Uji Asumsi Klasik .....	36
3.5.3 Pengujian Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung .....	37
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Hasil Penelitian .....	41
4.1.1 Deskripsi Sampel Penelitian .....	41
4.1.2 Hasil Uji Statistik Deskriptif .....	42
4.1.3 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	44
4.1.4 Pengujian Langsung .....	49
4.1.5 Uji Pengaruh Tidak Langsung (Analisis Jalur) .....	50
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian .....	53
4.2.1 Pengaruh Laporan CSR terhadap Kinerja Perusahaan .....	53
4.2.2 Pengaruh Laporan CSR terhadap Nilai Perusahaan .....	54
4.2.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Perusahaan .....	55
4.2.4 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan .....	57
4.2.5 Pengaruh Kinerja Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan .....	57
4.2.6 Efek Mediasi .....	59
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	64
5.2 Keterbatasan .....	65
5.3 Saran .....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	66
<b>LAMPIRAN</b> .....	74

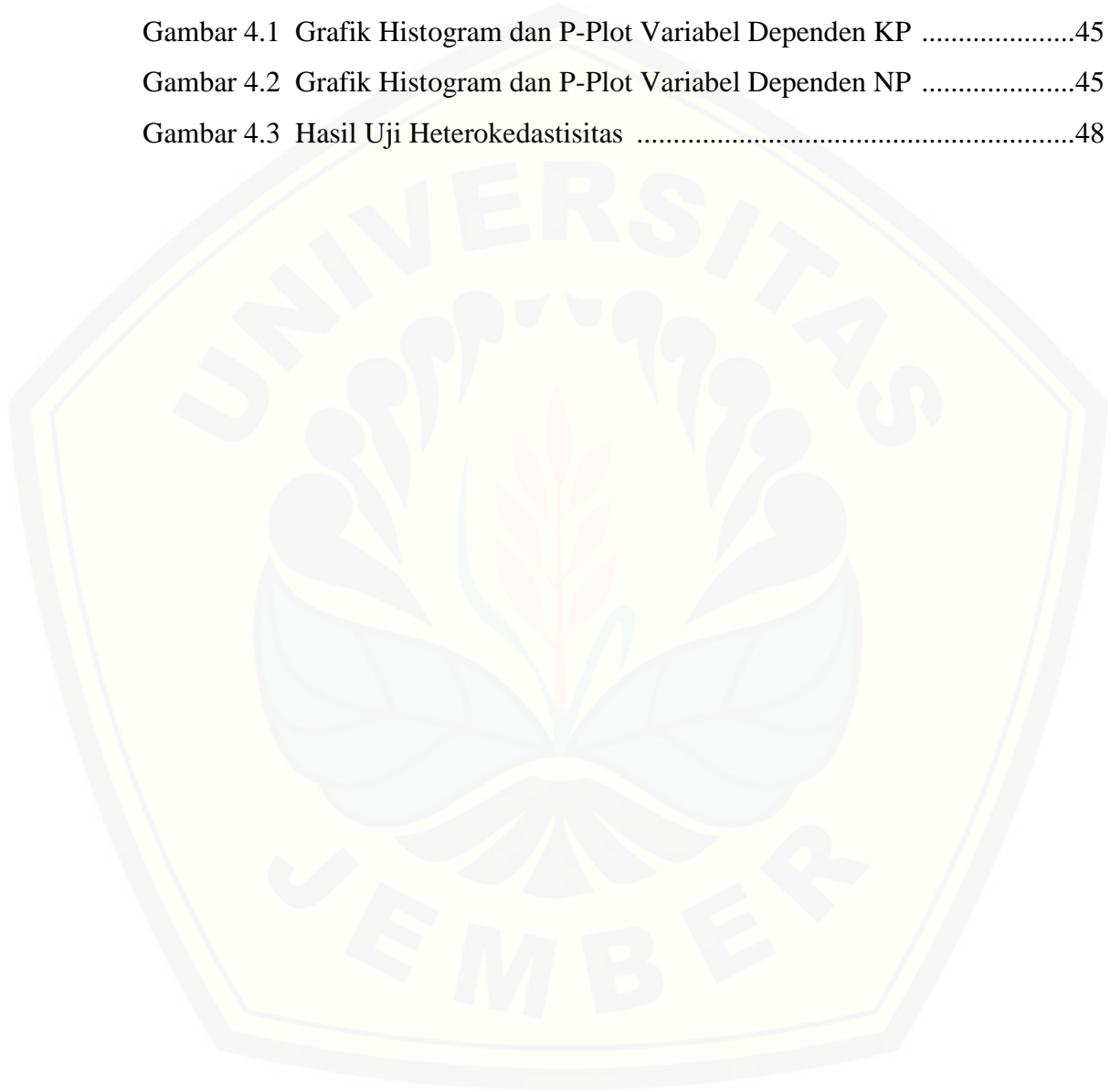


**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Daftar Perusahaan BUMN pada Indeks LQ45 .....	2
Tabel 4.1 Proses Sampling .....	41
Tabel 4.2 Hasil Uji Statistik Deskriptif .....	42
Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas Data .....	44
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinieritas .....	46
Tabel 4.5 Hasil Uji Autokorelasi .....	47
Tabel 4.6 Hasil Uji Pengaruh Langsung .....	50
Tabel 4.7 Hasil Uji Pengaruh Tidak Langsung .....	52

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Model Penelitian .....	25
Gambar 4.1 Grafik Histogram dan P-Plot Variabel Dependen KP .....	45
Gambar 4.2 Grafik Histogram dan P-Plot Variabel Dependen NP .....	45
Gambar 4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	48



**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Riset Mapping .....	74
Lampiran 2. Perusahaan Yang Menjadi Sampel .....	76
Lampiran 3 Variabel CSR .....	77
Lampiran 4 Variabel Ukuran Perusahaan .....	78
Lampiran 5 Variabel Kinerja Perusahaan .....	79
Lampiran 6 Variabl Nilai Perusahaan .....	80
Lampiran 7. Hasil Uji Statistik .....	81

## BAB 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Nilai perusahaan merupakan suatu hal yang penting bagi setiap perusahaan publik. Sartono (2010: 487) menjelaskan bahwa nilai perusahaan menjadi penentu dari nilai jual sebuah perusahaan sebagai suatu bisnis yang sedang beroperasi. Semakin tinggi nilai perusahaan maka semakin tinggi nilai jual yang dimiliki perusahaan tersebut. Oleh karena itu, setiap perusahaan publik pasti selalu berusaha memaksimalkan nilai perusahaan yang dimiliki agar memiliki nilai jual yang tinggi dari perspektif investor.

Nilai perusahaan yang dimiliki tercermin dari harga saham yang dimiliki oleh perusahaan publik. Nilai perusahaan adalah kinerja perusahaan yang dicerminkan dari harga saham akibat dari tingkat permintaan dan penawaran pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat pada kinerja perusahaan (Harmono, 2009:233). Semakin tinggi harga saham perusahaan menandakan semakin tinggi nilai perusahaan yang dimiliki. Oleh karena itu, perusahaan dapat berusaha untuk meningkatkan nilai perusahaan yang dimiliki melalui pengelolaan keuangan yang baik. Tujuan dari pengelolaan keuangan yang dilakukan oleh perusahaan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan yang terlihat dari harga pasar sahamnya (Dahlan dan Suwandi, 2016). Oleh karena itu perusahaan yang memiliki kinerja yang baik maka akan memiliki tingkat nilai perusahaan yang tinggi karena penilaian yang baik dari masyarakat.

Kinerja perusahaan dapat menjadi penentu tinggi rendahnya nilai perusahaan karena kinerja perusahaan dapat menjadi sinyal positif bagi para investor. Sutrisno (2009) menjelaskan bahwa informasi pada laporan keuangan menggambarkan mengenai informasi terkait kondisi perkembangan keuangan perusahaan. Perusahaan yang memberikan informasi kinerja yang baik dianggap memiliki kemampuan yang baik dalam memaksimalkan kemakmuran investor di masa depan. Oleh karena itu, saham perusahaan tersebut akan semakin diminati dan meningkat harga jualnya, sehingga menyebabkan nilai perusahaan meningkat.

Perusahaan publik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan nilai perusahaan tertinggi dapat dilihat dari perusahaan LQ45. Perusahaan yang masuk indeks LQ45 pada Bulan Februari 2019 mayoritas merupakan perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Hal ini menandakan bahwa perusahaan BUMN memiliki kinerja yang baik, sehingga mampu memiliki nilai perusahaan yang baik dan masuk kedalam daftar indeks LQ45. Adapun daftar perusahaan BUMN yang masuk kedalam indeks LQ45 Bulan Februari 2019 adalah sebagai berikut

**Tabel 1.1 Daftar Perusahaan BUMN pada Indeks LQ45**

No.	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1.	ADHI	Adhi Karya (Persero) Tbk
2.	ANTM	Aneka Tambang Tbk.
3.	BBNI	Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk.
4.	BBRI	Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.
5.	BBTN	Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk.
6.	BMRI	Bank Mandiri (Persero) Tbk
7.	JSMR	Jasa Marga (Persero) Tbk.
8.	PGAS	Perusahaan Gas Negara Tbk.
9.	PTBA	Bukit Asam Tbk.
10.	PTPP	PP (Persero) Tbk.
11.	SMGR	Semen Indonesia (Persero) Tbk
12.	TLKM	Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk.
13.	WIKA	Wijaya Karya (Persero) Tbk.
14.	WSKT	Waskita Karya (Persero) Tbk.

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

Tabel 1.1 diatas menunjukkan bahwa 14 perusahaan BUMN yang terdaftar di BEI tercatat dalam indeks LQ45. Hal ini menandakan bahwa ada 70% dari 20 perusahaan BUMN yang terdaftar di BEI memiliki nilai perusahaan yang tinggi. Hal ini dikarenakan Bursa Efek Indonesia (2010) menjelaskan bahwa kriteria yang digunakan untuk memasukkan emitan dalam indeks LQ45 yaitu seperti aktivitas transaksi di pasar yang meliputi nilai, volume dan frekuensi transaksi, jumlah hari perdagangan di pasar reguler, kapitalisasi pasar pada waktu tertentu, dan kondisi keuangan serta prospek pertumbuhan perusahaan. Dengan demikian, 14 perusahaan BUMN yang terdaftar di BEI memiliki kinerja dan nilai perusahaan yang tinggi. Beberapa hal yang dapat membantu peningkatan kinerja perusahaan demi nilai perusahaan yang baik dapat ditentukan oleh pelaporan CSR dan peningkatan ukuran perusahaan.

Pengaruh laporan CSR terhadap kinerja pada dasarnya dapat dijelaskan dengan menggunakan dasar teori yaitu teori legitimasi. Pelaporan CSR oleh perusahaan akan menjadi sinyal positif bagi pihak stakeholder internal dan eksternal perusahaan yang disebabkan oleh beberapa alasan. Pertama, pelaksanaan program CSR yang dilakukan oleh perusahaan didasarkan pada konsep *triple bottom line* John Elkington tahun 1970 yaitu *profit*, *people*, dan *planet*. Kedua, Pelaksanaan program CSR juga telah menjadi inti dari etika bisnis, dimana suatu perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomis dan legal kepada pemegang saham (*stakeholders*), tetapi perusahaan juga mempunyai kewajiban terhadap pihak lain yang berkepentingan (*stakeholders*) (Pasaribu, 2016). Laporan kegiatan CSR juga menjadi suatu isu yang penting bagi seluruh perusahaan yang ada di dunia tidak terkecuali perusahaan yang ada di Indonesia dengan dikeluarkannya peraturan Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Undang-Undang No. 40 tahun 2007 menjelaskan mengenai kewajiban pelaksanaan program tanggungjawab sosial diatur pada pasal 74 ayat 1. Pasal tersebut menjelaskan bahwa “*Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.*”

Pelaporan kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan pada akhirnya akan menyebabkan munculnya image positif. Hal ini dikarenakan perusahaan dianggap telah berusaha menjalankan kewajibannya yang telah diatur dengan aturan formal dan non formal. Oleh karena itu, perusahaan akan mendapatkan legitimasi atau pengakuan atas keberadaan kegiatan operasi yang terjadi. Ghazali dan Chariri (2007) menjelaskan bahwa keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh stakeholders kepada perusahaan tersebut. Adanya legitimasi atas operasional bisnis yang dilakukan akan menyebabkan kinerja perusahaan mendapatkan dukungan, sehingga mampu menghasilkan kinerja yang baik.

Ukuran perusahaan juga dapat meningkatkan kinerja perusahaan yang berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Perusahaan yang memiliki ukuran yang besar akan selalu berusaha menciptakan kinerja yang baik. Hal ini

dikarenakan perusahaan dengan ukuran yang besar akan lebih menjadi fokus bagi para investor untuk dijadikan sebagai sasaran investasi. Rahmawati et al (2015) menjelaskan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh pada penilaian investasi yang dilakukan oleh investor. Dengan demikian, perusahaan besar akan selalu menjaga kinerjanya untuk selalu baik di setiap periode.

Kinerja baik yang dimiliki oleh suatu perusahaan terutama perusahaan dengan ukuran perusahaan akan menjadi sinyal bagi investor ketika disampaikan pada laporan keuangan perusahaan. Hal ini dikarenakan informasi mengenai kinerja perusahaan akan menjadi sinyal positif untuk pengambilan keputusan investor. Connelly *et al* (2012) menyatakan bahwa informasi memiliki pengaruh pada proses pengambilan keputusan yang digunakan oleh individu pada rumah tangga, bisnis, dan pemerintah. Oleh karena itu, perusahaan dengan ukuran yang semakin besar akan semakin berusaha untuk menciptakan kinerja perusahaan. Arisadi *et al* (2013) menjelaskan bahwa perusahaan besar akan mendapatkan keuntungan yang lebih besar dari kegiatan operasinya, sehingga dapat menaikkan profitabilitas perusahaan. Fachrudin (2011) dan Kartikaningsih (2013) pada penelitiannya menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap kinerja.

Kinerja perusahaan yang semakin meningkat akibat adanya pengaruh dari pelaporan CSR dan ukuran perusahaan pada akhirnya akan menjadi sebuah sinyal positif bagi pasar ketika dipublikasikan pada laporan keuangan. Sutrisno (2009) menjelaskan bahwa informasi pada laporan keuangan menggambarkan mengenai informasi terkait kondisi perkembangan keuangan perusahaan. Informasi kinerja perusahaan akan menjadi sumber bagi pasar untuk menggambarkan prospek perusahaan. Dengan demikian, investor akan dapat menentukan apakah ingin melakukan investasi pada perusahaan atau tidak.

Sinyal yang baik dari kinerja perusahaan yang positif secara terus-menerus pada akhirnya dapat mengakibatkan nilai perusahaan menjadi meningkat. Nilai perusahaan adalah kinerja perusahaan yang dicerminkan dari harga saham akibat dari tingkat permintaan dan penawaran pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat pada kinerja perusahaan (Harmono, 2009:233). Hal ini dikarenakan pasar yakin bahwa perusahaan mampu menghasilkan keuntungan atas investasi

yang dilakukan di masa yang akan datang. Goodfrey *et al* (2010:375) menyampaikan bahwa jika investor mempercayai sinyal terkait informasi positif dari perusahaan akan dapat meningkatkan harga dan volume perdagangan saham. Dengan demikian, kinerja perusahaan memiliki pengaruh pada nilai perusahaan.

Penjelasan pada paragraf sebelumnya menunjukkan adanya dugaan bahwa laporan CSR dan ukuran perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan melalui peningkatan kinerja perusahaan. Oleh karena itu, penelitian ini akan berusaha melakukan pengujian mengenai adanya efek mediasi dari kinerja perusahaan pada pengaruh CSR dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini menarik untuk dilakukan karena adanya beberapa alasan. Pertama, adanya ketidakkonsistenan hasil penelitian pengaruh langsung dari CSR terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian dari Fatemi *et al* (2015), Nguyen *et al* (2015), Sudha (2015), Tjipto dan Januarti (2016), Lenz *et al* (2017), dan Singh *et al* (2017) membuktikan bahwa laporan CSR berpengaruh pada nilai perusahaan.

Berbanding terbalik dengan penelitian Haryono dan Iskandar (2015) serta Chen dan Lee (2017) dimana tidak menemukan adanya pengaruh laporan CSR pada nilai perusahaan. Penelitian Haryono dan Iskandar (2015) menjadi motivasi dalam penelitian ini. Kedua, adanya ketidakkonsistenan hasil dari penelitian pengaruh langsung dari ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian dari Gill dan Obradovich (2012) serta Maryam (2014) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun, hasil penelitian seperti Rahmawati *et al* (2015) serta Denziana dan Monica (2016) menemukan bahwa nilai perusahaan tidak berpengaruh pada nilai perusahaan. Ketiga, adanya penelitian sebelumnya dari Haryono dan Iskandar (2015) yang telah melakukan pengujian adanya pengaruh tidak langsung dari CSR terhadap nilai perusahaan melalui kinerja perusahaan. Hasil penelitian dari Haryono dan Iskandar (2015) yang menemukan bahwa CSR berpengaruh tidak langsung terhadap nilai perusahaan melalui kinerja. Keempat, adanya penelitian sebelumnya dari Patricia *et al* (2018) yang telah melakukan pengujian adanya pengaruh tidak langsung dari ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan melalui kinerja perusahaan. Hasil penelitian dari Patricia *et al* (2018) yang



menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh tidak langsung terhadap nilai perusahaan melalui

Penelitian ini dilakukan dengan mendasarkan pada penelitian dari Haryono dan Iskandar (2015). Penelitian terkait pengujian pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan melalui kinerja masih perlu dilakukan karena penelitian dengan tema jenis ini masih jarang ditemukan terutama di Indonesia. Penelitian ini akan dilakukan pada perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) sebagai subjek penelitian. Alasan penggunaan perusahaan BUMN pada penelitian ini karena dua alasan. Pertama, perusahaan BUMN merupakan perusahaan yang paling banyak mendapatkan penghargaan pada program ICSRA II pada tahun 2018. Kedua, perusahaan BUMN merupakan perusahaan yang paling banyak tercatat pada indeks LQ45 pada bulan Februari 2019. Oleh karena itu, penelitian ini akan menggunakan perusahaan BUMN sebagai subjek penelitian dengan menggunakan laporan tahunan dan laporan CSR yang dihasilkan pada tahun 2013-2017 sebagai data penelitian.

## 1.2 Perumusan Masalah

Latar belakang penelitian yang sebelumnya telah dijelaskan menunjukkan bahwa kinerja perusahaan memiliki efek mediasi pada pengaruh laporan CSR dan ukuran perusahaan diduga terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, rumusan masalah yang akan dijawab pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah laporan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap kinerja perusahaan?
2. Apakah laporan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan perusahaan?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan?
4. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan
5. Apakah kinerja perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan perusahaan?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini pada dasarnya adalah untuk menjawab masalah penelitian yang telah dirumuskan dengan berdasarkan pada latar belakang penelitian. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini yaitu adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis adanya pengaruh dari laporan *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja perusahaan.
2. Untuk menguji dan menganalisis adanya pengaruh dari laporan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk menguji dan menganalisis adanya pengaruh dari ukuran perusahaan terhadap kinerja perusahaan.
4. Untuk menguji dan menganalisis adanya pengaruh dari ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
5. Untuk menguji dan membuktikan adanya pengaruh dari kinerja perusahaan terhadap nilai perusahaan.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian terkait efek mediasi kinerja perusahaan pada pengaruh laporan *Corporate Social Responsibility* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan ini diharapkan mampu memberikan manfaat baik bagi secara teoritis, praktik, dan kebijakan. Adapapun manfaat yang diharapkan dari tersebut antara lain sebagai berikut:

### 1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian terkait pengaruh laporan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan melalui kinerja ini diharapkan mampu memperkuat penjelasan pentingnya pelaksanaan tanggungjawab sosial perusahaan yang didasarkan pada teori legitimasi dan teori sinyal. Selain itu, juga dapat mampu menjadi sumber referensi dan bahan acuan bagi penelitian yang sejenis di masa depan.

### 2. Manfaat Praktik

Hasil penelitian terkait pengaruh laporan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan melalui kinerja ini diharapkan

mampu menjadi sumber informasi mengenai pentingnya kegiatan tanggungjawab sosial perusahaan dalam meningkat nilai dari suatu perusahaan terutama perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Dengan demikian, perusahaan BUMN akan terus terpacu untuk meningkatkan dan menjaga kontinuitas pelaksanaan program tanggungjawab sosial yang telah dilakukan.

### 3. Manfaat Kebijakan

Hasil penelitian terkait pengaruh laporan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan melalui kinerja ini diharapkan mampu menjadi sumber informasi bagi pembuat kebijakan yang terkait pelaksanaan CSR pada perusahaan BUMN yaitu pemerintah dan manajer perusahaan. Hasil penelitian ini dapat menjadi sumber informasi untuk terus menciptakan kebijakan penentuan peningkatan dan pemilihan strategi-strategi yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk menciptakan tanggungjawab sosial yang tepat sasaran demi meningkatkan nilai perusahaan.

## BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1.Landasan Teori

Bagian pertama pada bagian tinjauan pustaka adalah penjelasan terkait landasan teori. Bagian ini menjelaskan mengenai teori dasar yang digunakan pada penelitian ini dan penjelasan terkait variabel-variabel yang digunakan pada penelitian ini. Penelitian ini menggunakan dasar teori legitimasi dan teori sinyal. Adapun penjelasan teori dasar dan variabel penelitian ini adalah sebagai berikut.

#### 2.1.1. Teori Legitimasi

Setiap entitas bisnis dalam melaksanakan kegiatan operasinya memerlukan suatu legitimasi. Legitimasi merupakan suatu status ketika sistem nilai dari suatu entitas konsisten dengan masyarakat dan mengarah pada organisasi yang dianggap sah (Deegan, 2006). Dengan demikian, keberlanjutan suatu entitas bisnis ditentukan dari kemampuan entitas untuk menciptakan sistem nilai yang mampu diterima oleh masyarakat. Kondisi yang menggambarkan upaya entitas untuk menyediakan nilai yang diterima oleh masyarakat dalam ilmu akuntansi dijelaskan melalui teori legitimasi.

Teori legitimasi pada dasarnya berawal dari pemikiran *going concern* atas operasi perusahaan yang telah berjalan. Teori legitimasi berfokus pada peran informasi serta pengungkapan dalam hubungan antara entitas bisnis dengan para pihak terkait seperti negara, individu, dan suatu kelompok (Luca dan Kinsey, 2018). Oleh karena itu, teori legitimasi ini dapat digunakan untuk menjelaskan mengenai tindakan atau perilaku perusahaan dalam upaya menjaga proses bisnis yang dilakukan terus berlanjut dalam jangka waktu yang lama melalui pengungkapan informasi.

Perusahaan sebagai bagian dari masyarakat, keberadaannya dapat diterima ataupun tidak, dapat dilihat aktivitas operasi yang dilakukan perusahaan apakah telah sesuai dengan norma yang berlaku dan tidak merugikan masyarakat. Dengan demikian, legitimasi masyarakat merupakan faktor yang penting bagi kelangsungan hidup perusahaan. Hal ini sesuai dengan penjelasan dari teori

legitimasi. Mathew (1993) dan Gray (1995) menjelaskan bahwa teori legitimasi merupakan sebuah persepsi atau asumsi yang menerangkan suatu perilaku pada lingkungan sosial dan sesuai dengan sistem sosial. Penekanan legitimasi lebih dititikberatkan pada aspek kontrak sosial yang diimplikasikan antara institusi sosial dan masyarakat.

Kontrak sosial yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat sosial terjadi dikarenakan adanya penggunaan sumber ekonomi oleh perusahaan untuk kegiatan bisnis. Ghazali dan Chariri (2007) menjelaskan bahwa legitimasi pada dasarnya didasarkan atas kontrak sosial antara perusahaan dengan masyarakat akibat penggunaan sumber ekonomi. Perusahaan yang telah menggunakan sumber ekonomi pada suatu lingkungan sosial wajib bertanggungjawab untuk mampu menciptakan kondisi yang sesuai dengan ekspektasi masyarakat sekitar. Hal ini dikarenakan penggunaan sumber ekonomi pada lingkungan tertentu pasti akan memberikan dampak terhadap lingkungan dan sosial.

Perusahaan harus mampu menciptakan keselarasan aktivitas operasi dengan nilai-nilai atau ekspektasi lingkungan sosial di sekitar bisnis. Deegan dan Tobin (2002) menyatakan bahwa perusahaan akan mendapatkan legitimasi jika terjadi kesamaan antara hasil dengan harapan dari masyarakat pada perusahaan, sehingga tidak menimbulkan tuntutan dari masyarakat. Oleh karena itu, perusahaan perlu untuk melakukan pengorbanan sosial sebagai refleksi dari perhatian perusahaan terhadap masyarakat.

Legitimasi yang diperoleh oleh perusahaan ditentukan oleh kemampuan dari manajer dalam melibatkan diri pada proses legitimasi. Milne dan Patten (2002) menjelaskan bahwa manajer berkewajiban dalam terlibat pada proses mempertahankan dan memperluas legitimasi organisasi. Upaya yang dapat dilakukan dalam menciptakan legitimasi organisasi dapat dilakukan dengan berbagai macam upaya. Bansal dan Roth (2000) menjelaskan bahwa contoh-contoh upaya mendapatkan legitimasi yaitu antara lain mematuhi undang-undang, membentuk komite lingkungan, melakukan audit lingkungan, membangun sistem tanggap darurat, dan menyelaraskan perusahaan dengan lingkungan.

Konsisten dengan penjelasan dari teori legitimasi, maka perusahaan yang telah melakukan upaya-upaya pemerolehan legitimasi tersebut selanjutnya wajib menyampaikan kepada pemangku kepentingan melalui pengungkapan informasi pada laporan tahunan. Tujuannya adalah agar para pemangku kepentingan mengetahui bahwa perusahaan telah melakukan kegiatan bisnisnya sesuai dengan nilai-nilai yang berlaku pada lingkungan bisnis. Guthrie dan Parker (1989) menjelaskan bahwa pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan dapat menentukan keberlanjutan dari keberadaan suatu perusahaan.

## 2.1.2. Teori Sinyal

Teori sinyal ini membuktikan terjadinya asimetris informasi antara manajemen perusahaan dengan para stakeholder. Kondisi asimetri informasi merupakan kondisi ketika orang yang berbeda mengetahui hal yang berbeda (Stiglitz, 2002: 469). Asimetris informasi merupakan suatu kondisi yang sangat membuat seseorang menjadi kesulitan dalam pengambilan keputusan. Arkelof (1970) pada penelitian yang berjudul “The Market for “Lemons”: Quality Uncertainty and Market Mechanism menunjukkan bahwa adanya asimetris informasi menyebabkan munculnya kesulitan dalam pengambilan keputusan untuk membedakan produk yang berkualitas baik dan buruk. Oleh karena itu, beberapa model statistik pasar banyak digunakan untuk menentukan kualitas pembelian yang memiliki prospek bagus.

Penelitian dari Arkelof tersebut mengindikasikan bahwa perlu adanya upaya untuk mengurangi terjadi asimetris informasi. Teori sinyal merupakan teori yang menjelaskan mengenai usaha dari manajemen perusahaan dalam memberikan tanda-tanda kepada para stakeholder atas aktivitas yang dilakukan perusahaan. Hal ini dikarenakan informasi memiliki peran yang penting dalam proses pengambilan keputusan. Connelly *et al* (2012) menyatakan bahwa informasi memiliki pengaruh pada proses pengambilan keputusan yang digunakan oleh individu pada rumah tangga, bisnis, dan pemerintah.

Konsep dari teori sinyal pada intinya mengindikasikan bahwa terdapat suatu pihak yang menjadi pemberi sinyal (*Signaler*). Teori sinyal menjelaskan

bahwa manajer perusahaan berusaha memberikan suatu petunjuk bagi investor terkait nilai prospek dari perusahaan (Bringham dan Houston, 2011:86). Petunjuk bagi investor terkait perusahaan dapat berupa bermacam-macam informasi seperti produk atau informasi mengenai organisasi. Informasi yang diberikan oleh pihak internal perusahaan dapat berupa informasi yang positif atau pun informasi yang negatif (Connelly *et al*, 2012). Dengan demikian, investor akan dapat menentukan apakah ingin melakukan investasi pada perusahaan atau tidak.

Sinyal yang diberikan oleh manajer perusahaan kepada investor disampaikan dalam informasi pada laporan keuangan lainnya yang dipublikasikan oleh perusahaan. Informasi yang dipublikasikan oleh manajer akan segera mendapatkan respon dari pasar jika informasi yang dipublikasikan mengandung nilai positif (Novalia dan Nindito, 2016). Oleh karena itu, manajer harus berusaha semaksimal mungkin agar mampu menghasilkan informasi yang positif bagi pasar. Connelly *et al* (2012) menyatakan bahwa secara umum pihak internal perusahaan tidak akan memberikan sinyal yang bersifat negatif kepada pihak luar untuk mengurangi adanya asimetri informasi.

Sinyal informasi dari manajer perusahaan yang direspon baik oleh pasar akan mengakibatkan konsekuensi terhadap nilai perusahaan. Goodfrey *et al* (2010:375) menyampaikan bahwa jika investor mempercayai sinyal terkait informasi positif seperti kemungkinan keuntungan yang diperoleh di masa depan dapat meningkatkan harga dan volume perdagangan saham. Dengan demikian, semakin baik informasi yang dipublikasikan oleh perusahaan maka semakin meningkat kinerja saham perusahaan.

Sinyal yang diberikan oleh pihak internal kepada pihak eksternal harus memiliki dua kriteria agar dapat direspon dengan baik. Dua karakteristik sinyal tersebut yaitu observabilitas dan biaya sinyal (Connelly *et al*, 2012). Karakteristik observabilitas memiliki makna bahwa sejauh mana sinyal yang diberikan oleh manajer dapat diketahui oleh pihak eksternal, sedangkan biaya sinyal memiliki makna bahwa manajer memerlukan biaya untuk menghasilkan suatu sinyal yang baik bagi pihak eksternal. Bird dan Smith (2005) menjelaskan bahwa biaya sinyal ini adalah sangat penting. Biaya sinyal ini ditujukan untuk memberikan kualitas

yang standar pada informasi, sehingga sinyal yang diberikan tidak menjadi sinyal yang palsu dan menyesatkan bagi pihak eksternal.

### **2.1.3. Corporate Social Responsibility (CSR)**

Penjelasan berikutnya adalah terkait *Corporate Social Responsibility* (CSR). Penjelasan CSR pada bagian ini akan menjelaskan mengenai konsep dan pengertian serta perkembangannya. Adapun penjelasannya secara detail adalah sebagai berikut.

#### **1. Konsep dan Pengertian**

Tanggung jawab sosial (*Corporate Social Responsibility*) perusahaan adalah konsep yang mengungkapkan sebuah perusahaan memiliki berbagai bentuk tanggung jawab terhadap seluruh stakeholder serta lingkungannya. Tanggung jawab tersebut mencakup aspek ekonomi, sosial dan lingkungan, sehingga CSR memiliki hubungan yang erat dengan pembangunan berkelanjutan. (Iswandika et al, 2014).

*Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah konsep yang didalamnya terdapat esensi yang tepat dan sesuai dengan perilaku bisnis yang diinginkan. Fontaine (2013) menjelaskan bahwa tanggungjawab sosial perusahaan merupakan cara bisnis dalam menyelaraskan nilai-nilai dan perilaku perusahaan dengan harapan dan kebutuhan pemangku kepentingan, bukan hanya pelanggan dan investor, tetapi juga karyawan, pemasok, masyarakat, regulator, dan masyarakat secara keseluruhan. CSR menjadi suatu bentuk komitmen perusahaan untuk bertanggung jawab kepada para pemangku kepentingan dalam mengelola dampak ekonomi, sosial dan lingkungan dari operasi mereka untuk memaksimalkan manfaat dan meminimalkan kerugian.

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) mampu memberikan kontribusi pada pembangunan pada lingkungan sosial tempat perusahaan melakukan operasi. *The World Business Council for Sustainable Development* (1998) menjelaskan bahwa CSR dapat memberikan kontribusi pada pembangunan ekonomi berkelanjutan, sehingga dapat meningkatkan kualitas hidup. Selain itu kegiatan CSR perusahaan juga dapat menjadi sarana bagi perusahaan untuk



mendapatkan legitimasi atas aktivitas operasi bisnis yang dijalankan. Haniffa dan Cooke, 2005) menjelaskan bahwa informasi CSR menjadi salah satu cara bagi perusahaan untuk melakukan pembangunan, mempertahankan, serta melakukan legitimasi perusahaan baik dari sisi ekonomi dan politis.

## **2. Perkembangan *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

*Corporate Social Responsibility* (CSR) mulai dikenalkan pada tahun 1953 oleh Howard R. Bowen. CSR saat itu diawali dari sebuah konsep yang kemudian menjadi sebuah literatur dari CSR yang berkembang saat ini. CSR mulai semakin mengalami perkembangan ketika buku karang John Elkington yang berjudul *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business* terbit pada tahun 1998. Elkington memperkenalkan konsep triple bottom line sebagai dasar dilakukannya kegiatan CSR. *Triple bottom line* berfokus pada 3P yaitu *profit*, *planet*, dan *people*. Konsep 3P ini memiliki maksud yaitu bahwa perusahaan dalam melakukan kegiatan operasinya tidak boleh hanya berfokus pada pemaksimalan keuntungan (*profit*) semata, namun juga harus dapat memberikan kontribusi/ dampak yang positif kepada planet dan people (*stakeholder*).

*Corporate Social Responsibility* (CSR) semakin menjadi isu yang dibahas dan dikenal di seluruh dunia termasuk Indonesia. CSR di Indonesia mulai diterapkan sejak tahun 1980 dan mulai menjadi populer sejak tahun 1990. CSR menjadi kewajiban bagi seluruh perusahaan yang berbentuk perseroan terbatas sejak munculnya peraturan Undang-Undang No. 40 tahun 2007 yang kemudian diikuti oleh aturan-aturan lain seperti Peraturan Menteri Negara BUMN: Per-05/MBU/2007, Undang-undang nomor 25 tahun 2007, dan PP No. 47 Tahun 2012.

Undang-Undang No. 40 tahun 2007 merupakan Undang-Undang tentang perseroan terbatas. Undang-Undang ini menjelaskan mengenai kewajiban perusahaan untuk melaksanakan laporan CSR pada pasal 74 ayat 1 yang berbunyi sebagai berikut:

“Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.”

Undang –undang ini tegas mewajibkan perusahaan perseroan untuk melaksanakan CSR dan akan ada sanksi jika tidak melaksanakan. Oleh karena itu, setiap perusahaan yang berbentuk perseroan terbatas sejak Undang-Undang ini berlaku wajib melaksanakan *Corporate Social Responsibility* agar terhindar dari sanksi.

Undang-Undang No. 40 tahun 2007 pasal 74 ayat 1 terkait kewajiban pelaksanaan laporan CSR bagi perusahaan perseroan terbatas juga didukung oleh Undang-undang nomor 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Undang-Undang ini pada pasal 15 huruf b berbunyi “*Setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan*”. Dengan demikian, perusahaan harus melaksanakan laporan CSR demi terciptanya kehidupan yang selaras dan sejalan antara visi misi perusahaan dan lingkungan sekitar perusahaan.

Peraturan lain yang ikut mengatur kewajiban perusahaan berbentuk peseroan terbatas untuk melakukan kegiatan CSR juga diatur pada Peraturan Menteri Negara BUMN: Per-05/MBU/2007. Permen BUMN ini dikhususkan bagi perusahaan BUMN untuk melakukan kegiatan CSR. Kewajiban pelaksanaan laporan CSR bagi perusahaan BUMN dijelaskan pada pasal 1 ayat (7) yang menjelaskan bahwa perusahaan BUMN wajib melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosial maka melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) yang selanjutnya merupakan program pemberdayaan kondisi sosial masyarakat oleh BUMN melalui pemanfaatan dana BUMN.

Peraturan yang lain terkait kewajiban pelaksanaan program CSR juga diatur pada PP No. 47 Tahun 2012 sebagai peraturan pelaksana dari Undang-Undang nomor 40 tahun 2007. Pasal 4 ayat (1) pada PP No. 47 Tahun 2012 menyebutkan,

“Tanggung jawab sosial dan lingkungan dilaksanakan oleh Direksi berdasarkan rencana kerja tahunan Perseroan setelah mendapat persetujuan Dewan Komisaris atau RUPS sesuai dengan anggaran dasar Perseroan, kecuali ditentukan lain dalam peraturan perundang-undangan.”

Peraturan ini lebih mengatur mengenai teknis pelaksanaan kegiatan CSR yang harus dilakukan oleh perusahaan berbentuk peseroan terbatas.

Perkembangan CSR di Indonesia sampai dengan tahun 2018 terus mengalami peningkatan yang pesat. Pada tahun 2017 dan 2018 Indonesia telah melakukan program Indonesia *Corporate Social Responsibility Award* (ICSRA) kesatu dan kedua. Program ini merupakan suatu program penghargaan dengan menempatkan 41 perusahaan terbaik terkait penerapan CSR. ICSRA merupakan Apresiasi penghargaan tertinggi yang diberikan kepada Perusahaan yang terbaik di bidang CSR nya di Indonesia baik dalam katagori Tbk maupun Private (Olivia, 2017). Tujuan dari program ICSRA ini adalah CSR yang dilaksanakan secara berkesinambungan akan mampu meningkatkan *corporate image* dan *corporate business* secara optimal. Oleh karena itu, adanya program ICSRA ini diharapkan dapat membuat perusahaan-perusahaan yang ada di Indonesia dapat terus terpacu untuk meningkatkan kualitas laporan CSR yang telah dilakukan.

#### **2.1.4 Ukuran Perusahaan**

Ukuran perusahaan merupakan suatu ukuran yang menunjukkan mengenai besar kecilnya suatu perusahaan. Investor dalam melakukan pertimbangan investasi selalu didasarkan pada ukuran yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Rahmawati et al (2015) menjelaskan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh pada penilaian investasi yang dilakukan oleh investor. Semakin besar ukuran dari satu perusahaan maka akan semakin diminati oleh investor untuk menjadi tempat investasi.

Ukuran perusahaan secara umum sering dikaitkan dengan jumlah total aset yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Margaretha dan Ramadhan (2010) menjelaskan bahwa ukuran perusahaan dapat diukur melalui penggunaan logaritma natural dari total aset. Logaritma natural digunakan untuk mengurangi adanya fluktuasi dari nilai absolute dan mencegah terjadinya heterokedastisitas, serta menciptakan distribusi yang normal (Hensen dan Januarti, 2014). Ukuran perusahaan pada penelitian ini akan menggunakan nilai logaritma natural dari total aset sebagai pengukuran besar kecilnya perusahaan. Adapun rumus dari perhitungan ukuran perusahaan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{LN Total Aset Perusahaan}$$

### 2.1.5 Kinerja Perusahaan

Kinerja perusahaan merupakan suatu bentuk gambaran mengenai tingkat pencapaian perusahaan pada periode tertentu. Perusahaan harus mampu menjaga agar kinerja perusahaan tetap stabil pada setiap periode. Hal ini dikarenakan agar perusahaan tetap mendapatkan image baik dari para stakeholder. Sutrisno (2009) menyatakan bahwa informasi dan gambaran mengenai kondisi perkembangan keuangan perusahaan dengan berdasarkan pada informasi laporan keuangan. Baik buruknya kinerja perusahaan akan segera diketahui ketika para pihak pengguna laporan keuangan melakukan interpretasi atas informasi yang tercantum pada laporan keuangan.

Kinerja perusahaan adalah dasar dari penilaian kondisi dari suatu perusahaan, sehingga dibutuhkan suatu alat ukur untuk mengetahui tingkat kinerja perusahaan. Alat ukur untuk mengetahui kinerja perusahaan yang paling sering digunakan adalah rasio profitabilitas. Bringham dan Houston (2006) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan hasil akhir dari seluruh kebijakan dan keputusan yang telah diambil oleh perusahaan pada periode tertentu. Tingkat profitabilitas dapat digambarkan dengan beberapa rasio seperti *Profit Margin on Sales*, *Return On Assets (ROA)*, *Return On Equity (ROE)*, *Basic Earning Power (BEP)*, dan lainnya.

Rasio profitabilitas yang cocok untuk digunakan saat ini yaitu *Return on Equity (ROE)* karena dampak pengaruh CSR yang dilakukan oleh perusahaan akan meningkatkan minat investor untuk melakukan investasi yang mampu meningkatkan modal perusahaan. Epstein dan Friedman (1994) menjelaskan bahwa investor individual saat ini lebih berminat pada informasi sosial yang dilaporkan oleh perusahaan pada laporan tahunan. Selain itu, rasio ini cocok untuk digunakan pada penelitian ini karena rasio ini memiliki keterkaitan dengan saham dan nilai perusahaan. Nur dan Heykal (2014) menyatakan bahwa ROE adalah salah satu alat utama bagi investor untuk menentukan kelayakan suatu saham perusahaan. Dengan demikian, rasio ini memiliki kaitan erat dengan nilai perusahaan.

## 2.1.6 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan suatu hal yang penting bagi suatu perusahaan publik. Hal ini dikarenakan nilai perusahaan menjadi penentu nilai jual suatu perusahaan. Menurut Sartono (2010:487), nilai perusahaan adalah nilai jual sebuah perusahaan sebagai suatu bisnis yang sedang beroperasi. Semakin tinggi nilai perusahaan maka semakin tinggi nilai jual yang dimiliki perusahaan tersebut.

Perusahaan publik berusaha untuk meningkatkan nilai perusahaan yang dimiliki melalui pengelolaan keuangan yang baik. Tujuan dari pengelolaan keuangan yang dilakukan oleh perusahaan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan yang terlihat dari harga pasar sahamnya (Dahlan dan Suwandi, 2016). Hal ini dikarenakan nilai perusahaan yang dimiliki oleh perusahaan pada dasarnya diakibatkan oleh kinerja perusahaan yang dihasilkan pada suatu periode tertentu. Nilai perusahaan adalah kinerja perusahaan yang dicerminkan dari harga saham akibat dari tingkat permintaan dan penawaran pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat pada kinerja perusahaan (Harmono, 2009:233). Oleh karena itu perusahaan yang memiliki kinerja yang baik maka akan memiliki tingkat nilai perusahaan yang tinggi karena penilaian yang baik dari masyarakat.

Perusahaan dengan nilai perusahaan yang tinggi akan lebih diminati oleh investor karena dianggap lebih mampu memberikan kemakmuran yang maksimal. Lestari et al (2012) menjelaskan bahwa nilai perusahaan mencerminkan kinerja suatu perusahaan, sehingga mampu mempengaruhi persepsi investor. Oleh karena itu, perusahaan yang mampu mempertahankan dan meningkatkan nilai perusahaan selama beberapa periode yang dimiliki akan mendapatkan penilaian yang baik dari investor. Menurut Noerirawan (2012) menjelaskan bahwa nilai perusahaan menyebabkan kondisi munculnya kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini. Dengan demikian, nilai perusahaan yang dimiliki akan selalu terus bertambah dari tahun ke tahun.

Nilai perusahaan dapat diketahui dari nilai yang mampu mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memberikan kemakmuran pada pemegang saham secara maksimal. Oleh karena itu, nilai perusahaan dapat diukur dengan

menggunakan *Price Book Value Ratio* (PBV). Wijaya et al (2010) menyatakan bahwa PBV memberikan gambaran mengenai penilaian pasar keuangan pada manajemen dan perusahaan yang sedang berjalan (*going concern*). Selain itu, PBV mampu memberikan gambaran terkait potensi pergerakan suatu saham (Tryfino, 2009: 11).

Rasio PBV merupakan rasio yang membandingkan antara perbandingan antara nilai pasar saham (*market value*) dengan nilai buku saham (*book value*). Semakin tinggi nilai rasio PBV akan mengindikasikan nilai perusahaan yang semakin tinggi pula. Adapun rumus dari rasio PBV ini adalah sebagai berikut (Majid dan Benazir, 2015):

$$PBV = \frac{\text{Harga Pasar per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku Per Lembar Saham}}$$

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini dilakukan selain berdasarkan pada landasan teori yaitu teori legitimasi dan stakeholder juga didasarkan pada hasil dari beberapa penelitian yang dianggap relevan. Penelitian ini menggunakan beberapa penelitian terkait pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja dan nilai perusahaan selama tahun 2014 sampai dengan 2018.

Astryan dan Brezinova (2014) menguji mengenai pengaruh tanggungjawab sosial pada kinerja perusahaan di Eropa Tengah dan Timur. Studi yang telah dilakukan membuktikan bahwa ada pengaruh positif yang signifikan antara inisiatif CSR dan ukuran kinerja keuangan yaitu ROE dan ROA.

Basuony et al (2014) melakukan penelitian terkait pengaruh dari laporan CSR pada kinerja perusahaan non keuangan di Mesir dengan menggunakan basis data kompas Mesir. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari laporan CSR pada kinerja perusahaan. Semua dimensi CSR terbukti memiliki hubungan yang signifikan dengan kinerja keuangan perusahaan. Selain itu, salah satu kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa perusahaan yang lebih besar dan lebih tua memiliki efek positif pada kinerja keuangan

(profitabilitas) yang akan mengarah untuk meningkatkan penggunaan praktik CSR yang lebih baik.

Tjandrakirana dan Monika (2014) melakukan pengujian terkait pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Penelitiannya dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2009-2011. Profitabilitas diukur dengan menggunakan Return on Assets (ROA) dan Return on Equity (ROE). Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa baik secara simultan atau parsial ROA dan ROE memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Fatemi et al (2015) mengembangkan model penilaian perusahaan yang menyediakan pengeluaran sumber daya perusahaan untuk mendukung masyarakat, sosial atau penyebab lingkungan. Penelitiannya menunjukkan bahwa dalam keadaan tertentu pengeluaran CSR dapat menciptakan nilai bagi perusahaan. Selain itu, penelitiannya juga menunjukkan bahwa beberapa kondisi, CSR dapat membentuk penciptaan nilai bagi perusahaan.

Haryono dan Iskandar (2015) melakukan penelitian terkait pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan baik secara langsung atau tidak langsung melalui kinerja dan risiko perusahaan. Penelitian ini menggunakan perusahaan pertambangan di BEI selama tahun 2011 sampai 2014. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh langsung pada nilai perusahaan melainkan berpengaruh secara tidak langsung melalui kinerja perusahaan.

Lindawati dan Puspita (2015) melakukan penjelasan mengenai pengaruh CSR pada kinerja perusahaan dengan didasarkan pada teori legitimasi dan stakeholder. Hasil pembahasan yang dilakukan dengan literatur review menunjukkan bahwa CSR yang disampaikan oleh perusahaan menjadi sinyal manajemen untuk diberikan kepada stakeholder terkait prospek masa depan perusahaan dan nilai lebih yang dimiliki.

Nguyen et al (2015) melakukan penelitian terkait pengaruh CSR pada nilai perusahaan di Vietnam. Sampel penelitiannya adalah 50 perusahaan yang terdaftar di Bursa Saham di Hochiminh City (HOSE) dan Hanoi (HNX) diselidiki mulai 2010 hingga 2013. Uji analisis regresi menunjukkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial berpengaruh positif pada nilai perusahaan.

Sudha (2015) melakukan penelitian terkait pengaruh CSR pada kinerja keuangan perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek India. Penelitiannya menggunakan regresi kuadrat terkecil cross sectional dan menghasilkan bahwa CSR memiliki hubungan positif yang signifikan pada harga saham perusahaan dengan kinerja CSR yang lebih tinggi.

Tjipto dan Januarti (2016) melakukan pengujian terkait pengaruh CSR pada nilai perusahaan real estate di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2009-2013. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan dari CSR pada nilai perusahaan yang diproksikan dengan Tobin's Q.

Sabrin *et al* (2016) melakukan pengujian tentang pengaruh profitabilitas pada nilai perusahaan. Penelitiannya dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dari tahun 2009 sampai 2014. Hasil penelitian dengan menggunakan SmartPLS 2.0 menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan karena profitabilitas digunakan sebagai justifikasi pembayaran dividen, jadi harga saham akan meningkat akibat adanya sinyal positif terkait kinerja yang bagus.

Cheryta *et al* (2017) melakukan penelitian yang menguji kinerja perusahaan terhadap nilai perusahaan. Penelitiannya dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2012 sampai 2015. Hasilnya menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan.

Chou *et al* (2017) mencoba untuk membuktikan adanya pengaruh CSR pada kinerja perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Taiwan selama tahun 2007 sampai 2010. Penelitiannya mengadopsi skor CSR dari CSRHub database kinerja sosial, lingkungan, dan tata kelola perusahaan yang mengukur faktor-faktor ini menggunakan skala dari nol hingga 100 poin. Hasilnya menemukan beberapa hal yaitu (1) ada interaksi positif dan signifikan antara CSR dan CFP, (2) perusahaan CSR dengan nilai tinggi cenderung mengungguli perusahaan CSR skor rendah dan (3) dimensi tata kelola CSR memiliki hubungan yang lebih signifikan dan positif dengan saham pengembalian harga dari dimensi lain (masyarakat, karyawan, dan lingkungan) dari CSR.



Chen dan Lee (2017) membuat suatu studi yang mengusulkan adanya hubungan yang non linier dan tidak sepenuhnya positif antara CSR dengan nilai perusahaan. Chen dan Lee (2017) menggunakan smooth transition regression untuk menguji pengaruh CSR pada nilai perusahaan di Taiwan. Simpulan dari temuan ini adalah investasi pada laporan CSR tidak berkontribusi pada nilai perusahaan sampai pada ambang batas tertentu.

Lenz et al (2017) melakukan penelitian mengenai pengaruh CSR pada nilai perusahaan. Data penelitian diambil dari Kindle, Lydenberg, dan Domini database. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dari CSR pada nilai perusahaan.

Singh et al (2017) melakukan penelitian terkait pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan pada perusahaan besar di daratan Cina dan Hong Kong. Singh et al (2017) menggunakan enam dimensi CSR untuk diujikan pada nilai pasar saham selama tiga periode. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa enam dimensi CSR menjadi prediktor yang signifikan pada nilai perusahaan.

Wajongkere et al (2017) melakukan pengujian pengaruh biaya CSR terhadap laba bersih perusahaan pada PT. United Tractor, Tbk. Penelitian yang telah dilakukan tidak berhasil menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara kedua variabel (biaya tanggung jawab sosial perusahaan terhadap laba bersih perusahaan) yang didasarkan pada hasil uji statistik yang telah dilakukan.

Waluyo (2017) melakukan penelitian terkait pengaruh dari ukuran, umur, dan pertumbuhan perusahaan pada CSR. Penelitiannya dilakukan pada 30 sampel dari 49 populasi perusahaan properti dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2012 - 2016. Hasilnya menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, usia perusahaan dan pertumbuhan perusahaan memiliki efek yang signifikan secara simultan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Secara parsial, ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility.

Cahyanti et al (2018) mencoba membuktikan adanya pengaruh dari pengungkapan CSR pada profitabilitas perusahaan. Variabel independen yang digunakan adalah CSR (X) dan variabel dependen dalam penelitian ini adalah

ROE (Y1) dan ROA (Y2) serta terdapat variabel kontrol berupa Size. Hasil penelitian membuktikan bahwa pengungkapan CSR secara parsial memiliki pengaruh terhadap ROE namun tidak memiliki pengaruh terhadap ROA.

Patricia *et al* (2018) melakukan pengujian mengenai pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan menggunakan kinerja keuangan sebagai mediasi. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2014-2016. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, variabel likuiditas memiliki pengaruh yang negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dan variabel ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian juga menemukan bahwa kinerja keuangan mampu menjadi variabel intervening pada pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Penjelasan dari masing-masing penelitian terdahulu yang telah dijelaskan pada paragraf sebelumnya disajikan secara ringkas pada lampiran 1. Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penelitian terkait pengaruh CSR dan ukuran perusahaan terhadap kinerja dan nilai perusahaan telah banyak dilakukan sebelumnya. Namun, hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan adanya ketidakkonsistenan hasil. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menguji ulang pengaruh CSR dan ukuran perusahaan terhadap kinerja dan nilai perusahaan. Selain itu, hasil penelitian juga akan menguji efek mediasi dari kinerja pada pengaruh CSR dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan

### **2.3 Kerangka Konseptual Penelitian**

Pengaruh laporan CSR terhadap kinerja pada dasarnya dapat dijelaskan dengan menggunakan dasar teori yaitu teori legitimasi dan sinyal. Pelaporan CSR oleh perusahaan akan menjadi sinyal positif bagi pihak stakeholder internal dan eksternal perusahaan yang disebabkan oleh beberapa alasan yaitu (1) pelaksanaan program CSR yang dilakukan oleh perusahaan didasarkan pada konsep *triple bottom line* John Elkington tahun 1970, (2) pelaksanaan program CSR juga telah menjadi inti dari etika bisnis, (3) dikeluarkannya peraturan Undang-Undang No.

40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Oleh karena itu, perusahaan akan mendapatkan legitimasi atau pengakuan atas keberadaan kegiatan operasi yang terjadi. Ghazali dan Chariri (2007) menjelaskan bahwa keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh stakeholders kepada perusahaan tersebut.

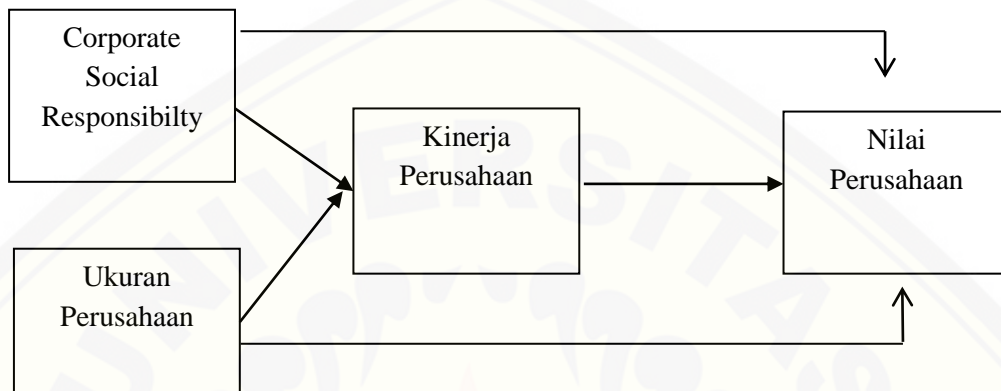
Ukuran perusahaan juga dapat meningkatkan kinerja perusahaan yang berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Perusahaan yang memiliki ukuran yang besar akan selalu berusaha menciptakan kinerja yang baik. Hal ini dikarenakan perusahaan dengan ukuran yang besar akan lebih menjadi fokus bagi para investor untuk dijadikan sebagai sasaran investasi. Rahmawati et al (2015) menjelaskan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh pada penilaian investasi yang dilakukan oleh investor. Dengan demikian, perusahaan besar akan selalu menjaga kinerjanya untuk selalu baik di setiap periode.

Kinerja perusahaan yang semakin meningkat akibat adanya pengaruh dari pelaporan CSR dan ukuran perusahaan pada akhirnya akan menjadi sebuah sinyal positif bagi pasar ketika dipublikasikan pada laporan keuangan. Sutrisno (2009) menjelaskan bahwa informasi pada laporan keuangan menggambarkan mengenai informasi terkait kondisi perkembangan keuangan perusahaan. Informasi kinerja perusahaan akan menjadi sumber bagi pasar untuk menggambarkan prospek perusahaan. Dengan demikian, investor akan dapat menentukan apakah ingin melakukan investasi pada perusahaan atau tidak.

Sinyal yang baik dari kinerja perusahaan yang positif secara terus-menerus pada akhirnya dapat mengakibatkan nilai perusahaan menjadi meningkat. Nilai perusahaan adalah kinerja perusahaan yang dicerminkan dari harga saham akibat dari tingkat permintaan dan penawaran pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat pada kinerja perusahaan (Harmono, 2009:233). Hal ini dikarenakan pasar yakin bahwa perusahaan mampu menghasilkan keuntungan atas investasi yang dilakukan di masa yang akan datang. Goodfrey *et al* (2010:375) menyampaikan bahwa jika investor mempercayai sinyal terkait informasi positif dari perusahaan akan dapat meningkatkan harga dan volume perdagangan saham. Dengan demikian, kinerja perusahaan memiliki pengaruh pada nilai perusahaan.

Penjelasan pada paragraf sebelumnya menunjukkan adanya dugaan bahwa laporan CSR dan ukuran perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan melalui peningkatan kinerja perusahaan. Oleh karena itu, model penelitian ini adalah sebagai berikut.

**Gambar 2.1. Model Penelitian**



## 2.4 Pengembangan Hipotesis

Penelitian ini akan melakukan pengujian pengaruh laporan CSR terhadap kinerja dan nilai perusahaan. Dengan demikian, hipotesis penelitian yang akan diuji pada penelitian ada lima yaitu  $H_1$  sampai  $H_5$ . Pengembangan hipotesis penelitian ini didasarkan pada landasan teori dan penelitian terdahulu yang digunakan. Adapun, pengembangan hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut.

### 2.4.4 Pengaruh Laporan CSR terhadap Kinerja Perusahaan

Pengaruh laporan CSR terhadap kinerja pada dasarnya dapat dijelaskan dengan menggunakan dasar teori yaitu teori legitimasi. Pelaksanaan laporan CSR oleh perusahaan akan mengakibatkan munculnya dukungan dari pihak stakeholder internal dan eksternal perusahaan. Hal ini dikarenakan laporan CSR yang dilakukan oleh perusahaan akan menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kepedulian untuk turut serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar. Dengan demikian, perusahaan akan mendapatkan dukungan dari para stakeholder perusahaan. Ghazali dan Chariri (2007) menjelaskan bahwa keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh stakeholders

kepada perusahaan tersebut. Adanya dukungan dari para stakeholder ini pada akhirnya akan menyebabkan perusahaan mendapatkan legitimasi atas operasional bisnis yang dilakukan.

Perusahaan yang telah mendapatkan legitimasi dari para stakeholder akan mampu memberikan dampak positif pada perusahaan. Peningkatan kesejahteraan karyawan perusahaan akan memberikan dampak yang positif terhadap perusahaan melalui peningkatan kinerja perusahaan. Salah satu contoh perusahaan yang mengeluarkan biaya CSR untuk kesejahteraan karyawan akan dapat meningkatkan etos kerja pegawai, sehingga mampu meningkatkan kinerja perusahaan. Irman dan Julianti (2017) menyatakan biaya kesejahteraan karyawan berpengaruh signifikan terhadap *return on asset*. Hal ini dikarenakan munculnya etos kerja yang tinggi dari karyawan untuk menciptakan kinerja yang maksimal. Laporan CSR yang dilakukan oleh perusahaan juga mampu meningkatkan minat pada produk yang dijual. Hal ini dikarenakan perusahaan yang melakukan laporan CSR akan dianggap memiliki produk yang ramah lingkungan. Kadlubek (2015) menyatakan bahwa tanggungjawab sosial memiliki peran yang penting dengan pemaksimalan produk pada kondisi persaingan usaha saat ini untuk menarik konsumen. Dengan demikian, peningkatan pada etos kerja karyawan dan peningkatan minat produk perusahaan akibat dari laporan CSR akan mampu membuat laba yang diperoleh perusahaan menjadi lebih tinggi, sehingga kinerja perusahaan pun meningkat.

Penjelasan dari paragraf-pragraf sebelumnya menunjukkan bahwa laporan CSR yang dilakukan oleh perusahaan memiliki pengaruh positif pada kinerja perusahaan. Hal ini didukung oleh beberapa hasil penelitian yang telah dilakukan terkait pengaruh laporan CSR pada kinerja perusahaan. Hasil penelitian dari Asatryan dan Brezinova (2014) , Basuony *et al* (2014), Chou *et al* (2017) menemukan adanya pengaruh yang positif dari laporan CSR perusahaan terhadap kinerja perusahaan. Oleh karena itu, hipotesis pertama pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

**H<sub>1</sub>** : Laporan CSR berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.

#### 2.4.5 Pengaruh Laporan CSR terhadap Nilai Perusahaan

Pengaruh laporan CSR terhadap nilai perusahaan pada dasarnya dapat dijelaskan dengan menggunakan dasar teori yaitu teori sinyal. Tanggung jawab sosial (*Corporate Social Responsibility*) perusahaan adalah konsep yang mengungkapkan sebuah perusahaan memiliki berbagai bentuk tanggung jawab terhadap seluruh stakeholder serta lingkungannya. Fontaine (2013) menjelaskan bahwa tanggungjawab sosial perusahaan merupakan cara bisnis dalam menyelaraskan nilai-nilai dan perilaku perusahaan dengan harapan dan kebutuhan pemangku kepentingan, bukan hanya pelanggan dan investor, tetapi juga karyawan, pemasok, masyarakat, regulator, dan masyarakat secara keseluruhan. CSR menjadi suatu bentuk komitmen perusahaan untuk bertanggung jawab kepada para pemangku kepentingan dalam mengelola dampak ekonomi, sosial dan lingkungan dari operasi mereka untuk memaksimalkan manfaat dan meminimalkan kerugian.

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) mampu memberikan kontribusi pada pembangunan pada lingkungan sosial tempat perusahaan melakukan operasi. *The World Business Council for Sustainable Development* (1998) menjelaskan bahwa CSR dapat memberikan kontribusi pada pembangunan ekonomi berkelanjutan, sehingga dapat meningkatkan kualitas hidup. Selain itu kegiatan CSR perusahaan juga dapat menjadi sarana bagi perusahaan untuk mendapatkan legitimasi atas aktivitas operasi bisnis yang dijalankan.

Laporan CSR yang dilakukan oleh perusahaan akan disampaikan kepada pasar sebagai sinyal. Hal ini dikarenakan laporan CSR perusahaan menjadi sinyal positif bagi perusahaan. Epstein dan Friedman (1994) menjelaskan bahwa investor individual saat ini lebih berminat pada informasi sosial yang dilaporkan oleh perusahaan pada laporan tahunan. Biaya dari laporan CSR yang dikeluarkan oleh perusahaan juga menjadi salah satu usaha dari manajer untuk menunjukkan prospek perusahaan di masa depan. Manajer perusahaan berusaha memberikan suatu petunjuk bagi investor terkait nilai prospek dari perusahaan (Bringham dan Houston, 2011:86). Dengan demikian, investor akan dapat menentukan apakah ingin melakukan investasi pada perusahaan atau tidak.

Sinyal informasi terkait pelaksanaan CSR dari manajer perusahaan yang direspon baik oleh pasar akan mengakibatkan konsekuensi terhadap nilai perusahaan. Goodfrey *et al* (2010:375) menyampaikan bahwa jika investor mempercayai sinyal terkait informasi positif seperti kemungkinan keuntungan yang diperoleh di masa depan dapat meningkatkan harga dan volume perdagangan saham. Dengan demikian, semakin baik informasi yang dipublikasikan oleh perusahaan maka semakin meningkat kinerja saham perusahaan.

Penjelasan pada paragraf sebelumnya menunjukkan mengenai adanya dugaan pengaruh antara pelaksanaan laporan CSR perusahaan terhadap nilai perusahaan dimana Haryono dan Iskandar (2015) dalam penelitiannya menyatakan bahwa CSR memiliki pengaruh tidak langsung terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian dari Fatemi *et al* (2015), Nguyen *et al* (2015), Sudha (2015), Tjipto dan Januarti (2016), Lenz *et al* (2017), dan Singh *et al* (2017) membuktikan bahwa laporan CSR berpengaruh pada nilai perusahaan. Dengan demikian, pelaksanaan laporan CSR berbading lurus dengan nilai perusahaan. Oleh karena itu, hipotesis kedua penelitian ini adalah sebagai berikut:

**H<sub>2</sub>** : Laporan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

#### **2.4.6 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja**

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap kinerja pada dasarnya dapat dijelaskan dengan menggunakan dasar teori yaitu teori sinyal. Perusahaan yang memiliki ukuran yang besar akan selalu berusaha menciptakan kinerja yang baik. Hal ini dikarenakan perusahaan dengan ukuran yang besar akan lebih menjadi fokus bagi para investor untuk dijadikan sebagai sasaran investasi. Rahmawati *et al* (2015) menjelaskan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh pada penilaian investasi yang dilakukan oleh investor. Dengan demikian, perusahaan besar akan selalu menjaga kinerjanya untuk selalu baik di setiap periode.

Kinerja baik yang dimiliki oleh suatu perusahaan terutama perusahaan dengan ukuran perusahaan akan menjadi sinyal bagi investor ketika disampaikan pada laporan keuangan perusahaan. Hal ini dikarenakan informasi mengenai kinerja perusahaan akan menjadi sinyal positif untuk pengambilan keputusan

investor. Connelly *et al* (2012) menyatakan bahwa informasi memiliki pengaruh pada proses pengambilan keputusan yang digunakan oleh individu pada rumah tangga, bisnis, dan pemerintah. Oleh karena itu, perusahaan dengan ukuran yang semakin besar akan semakin berusaha untuk menciptakan kinerja perusahaan.

Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar akan memiliki kemampuan yang lebih tinggi dalam menciptakan kinerja yang lebih baik. Arisadi *et al* (2013) menjelaskan bahwa perusahaan besar akan mendapatkan keuntungan yang lebih besar dari kegiatan operasinya, sehingga dapat menaikkan profitabilitas perusahaan. Dengan demikian, semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar pula kemampuan dalam menciptakan kinerja yang lebih baik.

Dugaan mengenai adanya pengaruh ukuran perusahaan terhadap kinerja perusahaan juga telah dibuktikan oleh beberapa penelitian sebelumnya. Hasil penelitian dari Fachrudin (2011) dan Kartikaningsih (2013) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap kinerja. Hal ini membuktikan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar kinerja perusahaan. Berdasarkan penjelasan teori dan dukungan beberapa hasil penelitian sebelumnya, maka hipotesis ketiga penelitian ini adalah sebagai berikut:

**H<sub>3</sub>** : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap kinerja.

#### **2.4.7 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan**

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada dasarnya dapat dijelaskan dengan menggunakan dasar teori yaitu teori sinyal. Ukuran perusahaan merupakan suatu indikator penentu dari nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan perusahaan dengan ukuran yang lebih besar akan memiliki kemampuan untuk memberikan sinyal positif lebih banyak daripada perusahaan yang berukuran kecil. Informasi yang dipublikasikan oleh manajer akan segera mendapatkan respon dari pasar jika informasi yang dipublikasikan mengandung nilai positif (Novalia dan Nindito, 2016). Dengan demikian, perusahaan dengan ukuran yang lebih besar akan lebih diminati oleh para investor. Rahmawati *et al* (2015) menyatakan bahwa Ukuran perusahaan



umumnya berpengaruh pada penilaian investor dalam membuat keputusan investasi.

Minat yang tinggi dari investor terhadap suatu perusahaan dengan ukuran perusahaan yang besar akan menyebabkan harga saham yang dimiliki meningkat. Kondisi ini selanjutnya akan menyebabkan nilai perusahaan akan semakin meningkat. Dengan demikian, ukuran perusahaan akan mempengaruhi nilai dari suatu perusahaan. Dugaan ini didukung oleh beberapa hasil penelitian dari Gill dan Obradovich (2012) serta Maryam (2014). Hasil penelitian dari kedua penelitian tersebut menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan dari teori sinyal dan temuan dari penelitian sebelumnya, maka hipotesis keempat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

**H<sub>4</sub>** : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

#### **2.4.8 Pengaruh Kinerja terhadap Nilai Perusahaan**

Pengaruh kinerja perusahaan terhadap nilai perusahaan pada dasarnya dapat dijelaskan dengan menggunakan dasar teori yaitu teori sinyal. Manajemen perusahaan akan selalu berusaha untuk dapat menghasilkan kinerja perusahaan yang maksimal. Tujuannya agar perusahaan mampu menghasilkan informasi yang positif bagi pasar. Hal ini dikarenakan kinerja perusahaan menunjukkan baik atau buruknya prospek dari suatu perusahaan jika dijadikan sebagai sumber investasi. Sutrisno (2009) menjelaskan bahwa informasi pada laporan keuangan menggambarkan mengenai informasi terkait kondisi perkembangan keuangan perusahaan.

Informasi mengenai kinerja perusahaan pada laporan keuangan akan dijadikan oleh manajer sebagai sinyal yang akan diberikan kepada pasar. Informasi kinerja perusahaan akan menjadi sumber bagi pasar untuk menggambarkan prospek perusahaan. Manajer perusahaan berusaha memberikan suatu petunjuk bagi investor terkait nilai prospek dari perusahaan (Bringham dan

Houston, 2011:86). Dengan demikian, investor akan dapat menentukan apakah ingin melakukan investasi pada perusahaan atau tidak.

Sinyal yang baik dari kinerja perusahaan yang positif secara terus-menerus ini dapat mengakibatkan nilai perusahaan menjadi meningkat. Nilai perusahaan adalah kinerja perusahaan yang dicerminkan dari harga saham akibat dari tingkat permintaan dan penawaran pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat pada kinerja perusahaan (Harmono, 2009:233). Hal ini dikarenakan pasar yakin bahwa perusahaan mampu menghasilkan keuntungan atas investasi yang dilakukan di masa yang akan datang. Goodfrey *et al* (2010:375) menyampaikan bahwa jika investor mempercayai sinyal terkait informasi positif dari perusahaan akan dapat meningkatkan harga dan volume perdagangan saham. Dengan demikian, kinerja perusahaan memiliki pengaruh pada nilai perusahaan.

Pengaruh kinerja pada nilai perusahaan telah dibuktikan pada beberapa hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Tjandrakirana dan Monika (2014) berhasil membuktikan bahwa kinerja perusahaan yaitu ROE dan ROA berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Selain itu, Sabrin *et al* (2016) dan Cheryta *et al* (2017) juga menunjukkan bahwa tingkat profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan dari teori dan penelitian sebelumnya, maka hipotesis kelima penelitian ini adalah sebagai berikut:

**H<sub>5</sub>** : Kinerja perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

## BAB 3. METODE PENELITIAN

### 3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini akan melakukan pengujian hubungan pengaruh antara Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif kausal. Penelitian asosiatif kausal merupakan penelitian yang memiliki tujuan untuk menguji hipotesis hubungan sebab akibat antara variabel independen dengan variabel dependen (Sugiyanto, 2014:37). Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan pendekatan statistik. Metode kuantitatif yang digunakan pada penelitian ini untuk menemukan adanya hubungan sebab akibat antara variabel dengan menggunakan analisis regresi.

### 3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi merupakan wilayah generalisasi dari suatu objek atau subjek dengan kualitas dan karakteristik yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dengan tujuan untuk penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2014:80). Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Sampel penelitian ini ditentukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2014) *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Tujuan penggunaan metode *purposive sampling* ini adalah agar sampel yang diperoleh memiliki karakteristik yang sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun beberapa pertimbangan yang digunakan untuk penentuan sampel penelitian ini antara lain :

1. Perusahaan BUMN yang terdaftar di BEI selama tahun 2013 dan sampai tahun 2017 secara berturut turut. Hal ini menandakan bahwa perusahaan BUMN harus terhindar dari delisting selama periode penelitian.

2. Laporan tahunan dan laporan CSR perusahaan BUMN tahun 2013 sampai tahun 2017 tersedia dan dapat diakses di website resmi Bursa Efek Indonesia.
3. Perusahaan BUMN tidak mengalami kerugian selama tahun 2013 sampai tahun 2017. Kriteria ini digunakan agar perusahaan yang mengalami kerugian pada periode penelitian tidak menjadi outlier.
4. Perusahaan BUMN tidak melakukan merger dan akuisisi selama tahun 2013 sampai tahun 2017. Kriteria ini digunakan karena kegiatan merger atau akuisisi dapat mempengaruhi kinerja yang sebenarnya dari perusahaan.

### **3.3 Data Penelitian**

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh bukan dari pengumpul data secara langsung (Sugiyono, 2014:402). Data sekunder yang digunakan pada penelitian ini adalah laporan tahunan (Annual Report) dan laporan Corporate Social Responsibility perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2013 sampai dengan 2017. Data pada penelitian ini diukumpulkan dengan menggunakan teknik dokumentasi. Teknik dokumentasi ini digunakan untuk mengumpulkan data-data sekunder berupa laporan tahunan dan laporan CSR dari perusahaan BUMN yang terdaftar di BEI dari tahun 2013 sampai 2017.

### **3.4 Definisi Operasional Variabel**

Penjelasan dari definisi operasional variabel bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai cara pengukuran pada suatu variabel yang digunakan pada penelitian ini. Variabel merupakan segala sesuatu dengan berbagai macam bentuk yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari agar dapat mendapatkan informasi guna penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2014:38). Variabel yang digunakan pada penelitian ini terbagi menjadi tiga jenis yaitu variabel independen (X) variabel dependen (Y), dan variabel kontrol (Z). Adapun penjelasannya dari masing-masing variabel tersebut adalah sebagai berikut:

### 3.4.1 Variabel Independen (X1)

Variabel independen (predictor) merupakan variabel bebas. Sugiyono (2014:59) menyatakan bahwa variabel independen adalah yang mampu mempengaruhi atau memberikan perubahan pada variabel dependen (terikat). Variabel independen pada penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR). Variabel CSR pada penelitian ini diukur dengan menggunakan indeks pengungkapan informasi CSR perusahaan. Indikator yang digunakan sebagai dasar pengindeks pada penelitian ini didasarkan pada GRI G4. Pengindeksan ini dilakukan dengan memberikan nilai 0 jika perusahaan tidak mengungkapkan item pada G4 atau nilai 1 jika perusahaan mengungkapkan item pada G4. Skor untuk masing-masing item pengungkapan selanjutnya dihitung persentasenya untuk menentukan tingkat pengungkapan yaitu dengan membagi nilai skor pengungkapan dengan skor maksimal. Adapun rumusnya adalah sebagai berikut (Bhuyan et al, 2017):

$$CSDI = \frac{\sum_{i=1}^n X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

CSDI = Kualitas pengungkapan CSR perusahaan i  
 $\sum_{i=1}^n X_{ij}$  = jumlah pengungkapan CSR perusahaan i  
 $n_j$  = jumlah maksimum pengungkapan CSR

### 3.4.2 Variabel Independen (X2)

Ukuran perusahaan merupakan variabel independen yang kedua pada penelitian ini. Ukuran perusahaan pada penelitian ini ditentukan dengan nilai dari logaritma natural (LN) total aset (John dan Adebayo, 2013). Adapun rumus perhitungan ukuran perusahaan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{LN Total Aset}$$

### 3.4.3 Variabel Mediasi (Z)

Variabel intervening atau disebut juga variabel moderasi adalah variabel yang secara teoritis dapat menjadi variabel penyela atau antara pada pengaruh

variabel independen terhadap variabel dependen (Sugiyono,2014:70). Variabel mediasi pada penelitian ini adalah kinerja perusahaan. Variabel kinerja keuangan pada penelitian ini diukur dengan menggunakan *Return on Equity* (ROE). Kinerja perusahaan pada penelitian ini diukur dengan ROE karena dampak dari pengungkapan CSR akan menyebabkan tingkat ekuitas perusahaan meningkat akibat peningkatan minat investor pada perusahaan. Adapun rumus dari *Return on Equity* pada penelitian ini adalah sebagai berikut (Bhuyan et al, 2017):

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

#### 3.4.4 Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen disebut juga dengan variabel terikat. Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas (Sugiyono, 2014:59). Variabel dependen pada penelitian ini yaitu nilai Perusahaan. Nilai perusahaan pada penelitian ini diukur dengan menggunakan nilai *Price Book Value Ratio* (PBV). Wijaya et al (2010) menyatakan bahwa PBV memberikan gambaran mengenai penilaian pasar keuangan pada manajemen dan perusahaan yang sedang berjalan (*going concern*). Selain itu, PBV mampu memberikan gambaran terkait potensi pergerakan suatu saham (Tryfino, 2009: 11). Adapun rumus dari rasio PBV ini adalah sebagai berikut (Majid dan Benazir, 2015):

$$\text{PBV} = \frac{\text{Harga Pasar per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku Per Lembar Saham}}$$

### 3.5 Analisis Data

Data penelitian yang telah diperoleh dan dikumpulkan pada penelitian ini selanjutnya dianalisis dengan menggunakan pendekatan statistik. Analisis data yang dilakukan pada penelitian ini dibantu dengan menggunakan aplikasi software SPSS ver. 22.0.

Analisis data pada penelitian ini terbagi menjadi beberapa jenis yaitu uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis jalur (*path analysis*), dan uji hipotesis. Penelitian ini menggunakan analisis jalur karena tujuan dari penelitian ini adalah ingin menguji efek mediasi dari kinerja perusahaan pada pengaruh

*Corporate Social Responsibility* (CSR) dan ukuran perusahaan pada nilai perusahaan. Adapun penjelasan terkait analisis data pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

### 3.5.1 Statistik Deskriptif

Uji yang pertama kali dilakukan adalah uji statistik deskriptif. Uji ini dilakukan kepada data penelitian yang telah dikumpulkan. Uji statistik deskriptif adalah pengujian yang melakukan penggambaran terkait suatu data dengan didasarkan pada nilai maksimum, minimum, rata-rata (mean), dan standar deviasi (Ghozali, 2013:19). Uji statistik deskriptif ini akan digunakan untuk menggambarkan data-data dari variabel penelitian.

### 3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Uji yang kedua adalah uji asumsi klasik. Tujuan dari uji asumsi klasik ini adalah untuk memastikan bahwa bentuk regresi linier yang ada pada penelitian ini sesuai dengan asumsi BLUE. Uji asumsi klasik ini terdiri dari empat pengujian yaitu uji multikolinieritas, autokorelasi, heterokedastisitas, dan normalitas. Adapun penjelasan dari masing-masing pengujian adalah sebagai berikut.

#### a. Uji Multikolinieritas

Model regresi yang baik adalah model yang terbebas dari multikolinieritas. Uji Multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antara variabel bebas pada suatu model regresi. (Ghozali, 2013:105). Uji multikolinieritas ini didasarkan pada nilai Variance Inflation Factor (VIF). Adanya kondisi multikolinieritas pada suatu regresi ditandai dengan nilai  $VIF \leq 0,1$  atau  $VIF \geq 10$ .

#### b. Uji Autokorelasi

Model regresi yang baik adalah model yang terbebas dari autokorelasi. Uji autokorelasi dilakukan untuk mengetahui apakah pada model regresi terdapat korelasi pada kesalahan pengganggu pada periode t-1 (Ghozali; 2013:110). Uji autokorelasi ini

didasarkan pada nilai Durbin Watson dengan kriteria sebaga berikut (Ghozali; 2013:111):

1.  $0 < d < d_1$ , maka telah terjadi autokorelasi positif
2.  $d_1 \leq d \leq d_u$ , maka terjadi autokorelasi positif yang lemah
3.  $4-d_1 < d < 4$ , maka terjadi autokorelasi yang serius
4.  $4-d_u \leq d \leq 4-d_1$ , maka terjadi autokorelasi yang lemah
5.  $du < d < 4-du$ , maka tidak terjadi autokorelasi

c. Uji Heterokedastisitas

Model regresi yang baik adalah model yang terbebas dari heterokdetastisitas. Ghozali (2013:139) menjelaskan bahwa tujuan dari uji heterokedastisitas adalah untuk mengetahui apakah pada model regresi terdapat ketidaksamaan variance dari residual atau pada satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Uji heterokedastisitas ini dilakukan dengan menggunakan scatter plot.

d. Uji Normalitas

Uji yang terakhir adalah uji normalitas data. Tujuan dari uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah model regresi memiliki distribusi data yang normal (Ghozali; 2013:160). Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov (Uji K-S).

### 3.5.3 Pengujian Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

Pelaksanaan pengujian pengaruh langsung dan tidak langsung pada penelitian ini menggunakan beberapa bentuk pengujian yaitu pengujian koefisien determinasi, uji F, dan uji t untuk mengetahui pengaruh langsung. Selanjutnya melakukan analisis path yang terdiri dari beberapa tahapan yang meliputi uji validitas model, uji sobel, dan uji koefisien path. Analisis jalur merupakan perluasan dari uji regresi linier berganda. Dengan demikian, persamaan regresi pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Z = \alpha + \beta_1 CSR + \beta_2 SIZE + \varepsilon \dots\dots (1)$$

$$Y = \alpha + \beta_1 CSR + \beta_2 Z + \beta_3 SIZE + \varepsilon \dots\dots\dots(2)$$



Keterangan:

Z = Kinerja Perusahaan

Y = Nilai Perusahaan

$\alpha$  = Konstanta

$\beta$  = Koefisien

CSR = *Corporate Social Responsibility* (CSR)

SIZE = Ukuran Perusahaan

$\varepsilon$  = Error

Pengujian pengaruh langsung pada penelitian ini dilakukan dua kali yaitu pengaruh langsung dari variabel CSR dan Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Perusahaan dan pengaruh langsung dari variabel CSR, Ukuran Perusahaan, dan Kinerja Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. Pengujian langsung tersebut melibatkan beberapa pengujian sebagai berikut:

a. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk melihat besarnya kemampuan model regresi dalam menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin besar nilai  $R^2$  maka kemampuan penjelas model regresi semakin baik. Ghozali (2013:97) menjelaskan bahwa nilai  $R^2$  memiliki kelemahan yaitu bias pada jumlah variabel independen yang ada dalam model. Oleh karena itu, penelitian ini akan lebih melihat nilai dari adjusted  $R^2$ .

b. Uji F

Uji F atau disebut juga uji signifikansi simultan. Uji ini memperlihatkan pengaruh secara bersama-sama dari seluruh variabel independen pada model regresi terhadap variabel dependen. Kriteria yang digunakan untuk pengambilan keputusan pada uji F ini adalah didasarkan pada F hitung. Jika nilai F hitung  $> F$  tabel atau Sig.  $F < 5\%$  maka hal ini menandakan telah terjadi

pengaruh simultan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

c. Uji t (*t-test*)

Uji t atau uji pengaruh parsial dilakukan untuk mengetahui adanya pengaruh dari satu variabel independen terhadap variabel dependen. Kriteria yang digunakan untuk mengetahui hasil uji t ini adalah didasarkan pada nilai t hitung dan nilai signifikansi. Jika t hitung > t tabel atau nilai sig. < 5% maka telah terjadi pengaruh parsial dari variabel independen terhadap variabel dependen. Namun, jika t hitung < t tabel atau sig > 5% maka tidak terjadi pengaruh parsial yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Pengujian selanjutnya setelah pengujian pengaruh langsung adalah pengujian pengaruh tidak langsung. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya efek mediasi dari kinerja perusahaan pada pengaruh CSR dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. Pengujian pengaruh tidak langsung ini melibatkan beberapa pengujian sebagai berikut:

a. Uji Validitas Model

Pengujian yang pertama dilakukan adalah uji validitas model dilakukan karena pada penelitian ini menggunakan analisis *path*. Uji validitas model ini melakukan perhitungan koefisien determinasi total ( $R_m$ ) yang terjadi pada analisis *path*. Adapun rumus untuk uji validitas model pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$R_m = 1 - ((\sqrt{1 - R_1^2})^2 \times (\sqrt{1 - R_2^2})^2)$$

Hasil pengujian validitas model menunjukkan mengenai nilai koefisien determinasi total ( $R_m$ ) yang menunjukkan kemampuan dari model analisis jalur yang ada pada penelitian ini dalam menjelaskan keragaman data.

b. Uji Sobel

Uji yang terakhir dilakukan adalah uji sobel atau uji mediasi. Uji ini bertujuan untuk mengetahui kekuatan dari pengaruh tidak langsung antara variabel independen (x) terhadap variabel dependen (y) melalui variabel mediasi (z). Uji Sobel ini dilakukan dengan melakukan perhitungan dengan rumus sebagai berikut:

$$sab = \sqrt{b^2SEa^2 + a^2SEb^2}$$

Hasil perhitungan sab tersebut kemudian digunakan untuk menghitung nilai t hitung untuk menentukan pengaruh tidak langsung. Adapun rumus untuk menentukan nilai t hitung tersebut sebagai berikut:

$$t = \frac{ab}{sab}$$

Hasil uji sobel ini akan digunakan untuk menentukan ada atau tidaknya pengaruh tidak langsung. Selain itu, jika ada pengaruh tidak langsung maka akan ditentukan jenisnya. Dua jenis pengaruh tidak langsung tersebut anataralain mediasi penuh dan mediasi sebagian.

c. Uji Koefisien *Path*

Uji yang terakhir yang dilakukan adalah uji koefisien *path*. Uji ini dilakukan dengan melakukan perhitungan dengan rumus sebagai berikut:

$$PTL = P_1 \times P_2$$

$P_1$  adalah besaran koefisien variabel independen terhadap variabel mediator ( $X \rightarrow Z$ ), sedangkan  $P_2$  ( $X \rightarrow Y$ ) adalah besaran koefisien variabel mediator terhadap variabel dependen. Hasil perhitungan tersebut akan menunjukkan adanya pengaruh tidak langsung jika koefisien path pengaruh langsung lebih besar dari hasil perhitungan koefisien path pengaruh tidak langsung.

## BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1. Kesimpulan

Hasil penelitian yang telah dilakukan pada akhirnya dapat memberikan suatu kesimpulan yaitu antara lain sebagai berikut:

1. Laporan *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh langsung terhadap kinerja perusahaan. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa besar atau kecilnya kinerja perusahaan ditentukan dari baik atau buruknya pelaporan kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan.
2. Laporan *Corporate Social Responsibility* tidak memiliki pengaruh langsung terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa nilai perusahaan BUMN tidak ditentukan dari baik buruknya kualitas laporan CSR yang dipublikasikan.
3. Ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap kinerja perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin besar ukuran yang dimiliki oleh perusahaan BUMN di Indonesia, maka akan semakin dapat menghasilkan kinerja perusahaan yang semakin baik pula.
4. Ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh langsung terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa besar atau kecilnya nilai perusahaan dari BUMN tidak ditentukan dari ukuran perusahaan yang dimiliki
5. Kinerja perusahaan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa semakin baik kinerja yang dimiliki oleh perusahaan BUMN di Indonesia, maka akan memiliki nilai perusahaan yang semakin besar juga.
6. Kinerja perusahaan memiliki efek mediasi pada pengaruh Corporate Social Responsibility dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas laporan CSR dan besar atau kecilnya ukuran perusahaan BUMN dapat menentukan kinerja perusahaan yang pada akhirnya akan mengakibatkan nilai perusahaan mengalami peningkatan.

## 5.2. Keterbatasan

Hasil penelitian ini dapat diterima dengan tetap mempertimbangkan beberapa keterbatasan penelitian yang dimiliki. Keterbatasan penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar untuk melakukan peningkatan pada penelitian selanjutnya dengan tema yang sama. Adapun keterbatasan dan saran dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sampel penelitian ini masih sangat terbatas karena jumlahnya yang tidak terlalu banyak. Hal ini dikarenakan jumlah perusahaan BUMN yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia masih sangat terbatas. Selain itu, juga terdapat beberapa perusahaan yang tidak memenuhi kriteria penelitian.
2. Penelitian ini mengalami degradasi pada jumlah sampel yang diakibatkan oleh adanya jumlah *outlier* yang besar. Hal ini mengakibatkan jumlah sampel yang dapat digunakan pada penelitian ini juga menjadi semakin berkurang.

## 5.3. Saran

Penelitian di masa depan perlu untuk melakukan perbaikan dengan didasarkan pada beberapa keterbatasan penelitian yang ada. Hal ini dilakukan agar hasil penelitian berikutnya dapat menghasilkan kesimpulan yang lebih baik. Adapun saran yang diberikan untuk penelitian berikutnya adalah sebagai berikut:

1. Penelitian berikutnya diharapkan dapat menambahkan periode penelitian menjadi lebih dari 5 tahun. Penambahan periode penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan jumlah keragaman data yang diobservasi.
2. Penelitian berikutnya juga diharapkan menggunakan proksi lain dari kinerja selain *Return On Equity* (ROE) seperti *Return On Assets* atau *Return On Investment* (ROI). Hal ini bertujuan agar hasil penelitian berikutnya dapat menjadi perbandingan baru dan menambah keragaman hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, Dian Yuni., dan Chaerul D. Djakman,. 2018. *Pengujian terhadap Kualitas Pengungkapan CSR di Indonesia*. Jurnal Ekonomi dan Keuangan Akreditasi No. 80/DIKTI/Kep/2012 DOI: 10.24034/j25485024.y2018.v2.i1.2457 p-ISSN 2548-298X e-ISSN 2548-5024.
- Akerlof, G. A. 1970. *The Market for "Lemons": Quality Uncertainty and the Market Mechanism*. The Quarterly Journal of Economics, 84(3), 488. <https://doi.org/10.2307/1879431>
- Arisadi, Y. C., Djumahir, & Djazuli, A. 2011. *Pengaruh Ukuran Perusahaan , Umur Perusahaan , Current Ratio , Debt to Equity Ratio dan Fixed Asset to Total Asset Ratio terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia*. Ekonomi Dan Bisnis, (66), 567–574. <https://doi.org/10.1038/35079500>
- Asatryan, Roman., dan Olga Brenzinova. 2014. *Corporate Social Responsibility and Financial Performance in the Airline Industry in Central and Eastern Europe*. Acta Universitatis Agriculture et Silviculturae Mendelianae Brunensis. Volume 62 No. 4,2014.
- Azheri Busyro. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Bansal, P., & Roth, K. 2000. *Why companies go green: a model of ecological responsiveness*. Academy of Management Journal, 43(4): 717-736
- Basuony, Mohamed A.K., Reham I., dan Ehab K.A Mohammed. 2014. *The Impact of Corporate Social Responsibility on Firm Performance : Evidence Form a Mena Country*. Corporate Ownership and Control Volume 12 Issue 1 2014 Continued 9.
- Bhuyan, M., dan Perera, N. 2017. *The effects of corporate social disclosure on firm performance : empirical evidence from Bangladesh*. Accounting and Finance Association of Australia and New Zealand Conference, 1–36.
- Branco, M.C., dan Rodriguez,L.L., 2007, 'Positioning Stakeholder Theory within the Debate on Corporate Social Responsibility', EJBO (Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies, Vol. 12 No.1.
- Bird, R. B., & Smith, E. A. 2005. *Signaling theory, strategic interaction, and symbolic capital*. Current Anthropology, 46: 221-248.
- Brigham, Eugene F., dan Joel F Houston. 2001. *Manajemen Keuangan II*. Jakarta, Salemba Empat.

- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2011). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan Terjemahan. Edisi 10*. Jakarta: Salemba Empat.
- Bursa Efek Indonesia.2010. *Buku Panduan Indeks Harga Saham Bursa Efek Indonesia*. Jakarta: Bursa Efek Indonesia
- Bursa Efek Indonesia. 2019. *IDX LQ45 Index Member Profiles*. Jakarta: Bursa Efek Indonesia
- Cahyanti, Neng Windy Naeda., Nila Firdausi Nuzula, Ferina Nurlaily. 2018. *Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure (CRSD) terhadap Profitabilitas Perusahaan ( danStudi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2016)*. Jurnal Administrasi dan Bisnis (JAB) Vol. 61. No. 2 Agustus 2018.
- Cheryta, A. M., Moeljadi, & Indrawati, N. K. (2017). *The Effect of Leverage , Profitability , Information Asymmetry , Firm Size on Cash Holding and Firm Value of Manufacturing Firms Listed at Indonesian Stock Exchange*. International Journal of Research in Business Studies and Management, 4(4), 21–31. <https://doi.org/10.22259/ijrbms.0404004>
- Chen, Roger C Y., dan Chen-Hsun Lee. 2017. *The Influence of CSR on Firm Value: an Application of Panel Smooth Transisition Regression on Tiawan*. Applied Economic. ISSN 0003-6846 Volume 49 No.34.
- Chou, Li Chuang., Ta-Cheng Chang, dan John Darcy., Yun Chia Yan. 2017. *The Impact of Social Responsibility on Corporate Performance: Evidence from Taiwan*. Accounting and Finance Researche. ISSN 1927-5986 E-ISSN 1927 5994 Vol.6 No.2, 2017.
- Connelly, B. L., Certo, S. T., Ireland, R. D., & Reutzel, C. R. 2011. Signaling theory: A review and assessment. *Journal of Management*, 37(1), 39–67. <https://doi.org/10.1177/0149206310388419>
- Corry. 2017. 41 Perusahaan Peraih ICSRA-I-2017. <http://economicreviewnews.com/2017/02/25/41-perusahaan-peraih-icsra-i-2017/> (diakses pada tanggal 9 Januari 2017)
- Dahlan, F. & Suwandi, M. 2016. *Pengaruh Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan Jasa Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Jurnal Akuntansi Peradaban : Vol. II No. 1: 64-88
- Deegan, C., Rankin, M., dan Tobin, J. (2002). *An examination of the corporate social and environmental disclosures of BHP from 1983–1997: A test of legitimacy theory*. Accounting, Accountability, and Auditing Journal, 13(3), 312–344.

- Deegan, C. 2006. *Financial accounting theory*. Australia: McGraw-Hill.
- De Luca, F., & Prather-Kinsey, J. (2018). *Legitimacy theory may explain the failure of global adoption of IFRS: the case of Europe and the U.S.* Journal of Management and Governance, 22(3), 501–534. <https://doi.org/10.1007/s10997-018-9409-9>
- Denziana, A. & Monica, W. 2016. *Analisis Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Tergolong LQ45 di BEI Periode 2011-2014)*. Jurnal Akuntansi & Keuangan, Vol. 7 No. 2: 241-254
- Djuitaningsih, T., & Ristiawati, E. E. (2011). *Pengaruh Kinerja Lingkungan Dan Kepemilikan Asing Terhadap Kinerja Finansial Perusahaan*. Jurnal Akuntansi, 9(2), 31–54. <https://doi.org/ISSN 2252-6765>
- Epstein, Marc J, dan Martin Freedman. 1994. *Social Disclosure and the Individual Investor*. Accounting, Auditing, & Accountability Journal, Volume 7 No.4 Page 94-109.
- Fatemi, A., Fooladi, I., dan Tehranian, H. (2015). *Valuation effects of corporate social responsibility*. Journal of Banking and Finance, 59, 182–192. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2015.04.028>
- Fachrudin, K. A. 2011. *Analisis Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan dan Agency Cost Terhadap Kinerja Perusahaan*. Jurnal Akuntansi dan Keuangan, 13 (1), 36-45.
- Finch, Nigel. 2005. *“The Motivations foe Adopting Sustainability Disclosure*. Macquarie Graduate School of Management”. Sosial Scence ResearchNetwork.
- Fontaine, Michael. 2013. *Corporate Social Responsibility and Sustainability: The New Bottom Line?*.Internasional Journal of Business and Social Science. Vol 4 No. 4 April 2013.
- Ghozali, Achmad., dan Chariri. 2007. *Teori Akuntansi*. Penerbit Andi , Yogyakarta.
- Gill, A. & Obradovich, J. 2012. *“The Impact of Corporate Governance and Financial Leverage on the Value of American Firms”*. International Research Journal of Finance and Economics.
- Godfrey, J., Hodgson, A., Tarca, A., Hamilton, J., & Holmes, S. (2010). *Accounting Theory. 7th Edition*. Australia: John Wiley & Sons.



- Gray,R.,Owen,D.,Adam,C., 1995.”*Accounting and Accountability: Changes and hallenges in Corporate Social and Enviromental Reporting*”, Prentice-Hall, London.
- Guthrie, J. & Parker, L. 1989. *Corporate social reporting a rebuttal of legitimacy theory*. Accounting and Business Research, 19(76): 343-352
- Haniffa,R.M., dan Cooke.T.M.,2005.*The Impact of Culture and Governance on Corporate Social Reporting*. Journal of Accounting and Public Policy. Elsevier.
- Hansen, Verawati., dan Juniarti. 2014. “*Pengaruh Family Control, Size, Growth, dan Leverage Terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan pada Sektor Perdagangan, Jasa, dan Investasi*”. Universitas Kristen Petra, Surabaya
- Harmono. 2009. *Manajemen Keuangan Berbasis Balanced Scorecard Pendekatan Teori, Kasus, dan Riset Bisnis*. Jakarta : PT. Bumi Aksara
- Haryono, Untung., dan Rusdiah Iskandar. 2015. *Corporate Social Performance and Firm Value. Internasional Journal of Business and Management Invention*. ISSN (online) 2319-8028 ISSN (Print) 2318-801X. Volume 4 Issue XI November 2015
- Irman, Mimatentosa., dan Juliyanti. 2017. *Analisis Pengaruh Biaya Kesejahteraan Karyawan, Biaya Kemitraan dan Biaya Bina Lingkungan Terhadap ROA Pada BUMN (Perseroan) yang Terdaftar di BEI Periode 2010-2014*. Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos Vol.6 No.2 , Juli 2017.
- Iswandika, R, Murtanto dan Emma Sipayung. 2014. “*Pengaruh Kinerja Keuangan, Corporate Governance, Dan Kualitas Audit Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility*”. e-Journal Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Trisakti Volume. 1 Nomor. 2 September 2014 Hal. 1-18.
- John, Akinyomi Oladele., dan Olagunju Adebayo. 2013. *Effect of Firm Size on Profitability: Evidence From Nigerian Manufacturing Sector*. Prime Journal of Business Administration and Management (BAM) Volume 3(9) pp.1171-1175 September 30th 2013. ISSN: 2251-1261
- Kadlubek, Marta. 2015. *The essence of corporate social Responsibility and the performance of selected company*. Procedia - Social and Behavioral Sciences 213, 509-515.
- Kartikaningsih, D. 2013. *Pengaruh Debt Rasio, Current Rasio, Total Assets Turnover, Size Perusahaan, dan Net Profit Margin Terhadap Return on Equity (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 20092011)*. Jurnal Akuntansi, 1 (2), 74-84

- Lindenberg, E., dan Ross, S. (1981). *Tobin's q Ratio and Industrial Organization*. *The Journal of Business*, 54(1), 1-32. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/2352631>
- Lindawati, Ang Swat Lin., dan Marsella Eka Puspita. 2015. *Corporate Social Responsibility: Implikasi Stakeholder dan Legitimasy GAP dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan*. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, Volume 6 Nomor 1 Halaman 1-174 ISSN 2086 -7063 eISSN 2089-5879.
- Lenz, I., Wetzel, H. A., dan Hammerschmidt, M. (2017). *Can doing good lead to doing poorly? Firm value implications of CSR in the face of CSI*. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 45(5), 677–697. <https://doi.org/10.1007/s11747-016-0510-9>
- Majid, M. S. A. & Benazir. 2015. *An Indirect Impact of the Price to Book Value to the Stock Returns: An Empirical Evidence from the Property Companies in Indonesia*. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 17, No. 2: 91-9
- Mardiandari, P., dan S, R. (2013). *Tanggung Jawab Sosial dan Kinerja Keuangan pada Perusahaan Manufaktur Go Public di Bursa Efek Indonesia*. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 70–80.
- Margaretha, F. dan Ramadhan, A.R. 2010. “*Faktor-faktor yang Mempengaruhi Struktur Modal pada Industri Manufaktur di Bursa Efek Indonesia*”. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 12, No. 2. Agustus 2010, Halaman 119-130.
- Maryam, S. 2014. “*Analisis Pengaruh Firm Size, Growth, Leverage, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia)*”. Skripsi S1 Universitas Hasanuddin, Makassar
- Mathews, M.R., 1993. *Socially Responsibility Accounting*, Chapman and Hall, London.
- Milne, M. & Patten, D. 2002. *Securing organisational legitimacy – an experimental decision case examining the impact of environmental disclosures*. *Accounting, Auditing, and Accountability Journal*, 15(3): 372-405.
- Mitchell, R.K., 1997, „*Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: refining the Principle of Who and What Really Counts*“, *Academy of Management Review*, Vol. 22 No. 4, pp.853-886.
- Nguyen, Bich Thi Ngoc., Hai Thi Tanhh Tran., Oanh Hoang Le., Phuoc Thi Nguyen., Thien Hiep Trinh., dan Viet Le. 2015. *Assosiation between Corporate Social Responsibility Disclosure and Firm Value – Empirical*

- Evidence from Vietnam*. Internasional Journal of Accounting and Financial Reporting. ISSN 2162-3082, 2015, Vol.5, No.1.
- Nnaoma, Faith Chinyere dan Omotosho, Omotunde. 2017. *Impact of Corporate Social Responsibility Cost on Investment Policy and Performance of Firms in Nigeria*. ISSN 2222-1905 (paper) ISSN 2222-2839 (Online) Vol.9, No.4
- Noerirawan, Ronni,. 2012. *Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan*. Jurnal Akuntansi Vol.1 No. 2. hal. 4.
- Novalia, F., & Nindito, M. (2016). *Pengaruh Konservatisme Akuntansi dan Economic Value Added Terhadap Penilaian Ekuitas Perusahaan*. Jurnal Ilmiah Wahana Akuntansi, 11(2), 1–17.
- Nur, F., & Heykal, M. (2013). *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Harga Saham (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2011)*.
- O'Donovan, G. 2002. *Environmental disclosures in the annual report: Extending the applicability and predictive power of legitimacy theory*. Accounting, Auditing & Accountability Journal, 15(3), 344–371. <https://doi.org/10.1108/09513570210435870>
- Pasaribu, Aria Masdiana. 2016. *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan pada PT Perkebunan Nusantara Persero (PTPN Persero)*. JRAK. Vol. 7 No. 2. Agustus 2016 Halaman 27-42.
- Patricia, Bangun, P., & Tarigan, M.U. 2018. *Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)*. KOMPETENSI-JURNAL MANAJEMEN BISNIS Vol. 13 No.1:25-42
- Peraturan Menteri Negara BUMN: Per-05/MBU/2007 dan PP No. 47 tahun 2012 tentang Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan.
- Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas.
- Putra., Rediyanto .2017. *Determinan Audit Delay Perusahaan Publik yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Tesis. Universitas Brawijaya.
- PSAK Nomor 24 tahun 2013 tentang Imbalan Kerja. Dewan Standart Akuntansi Keuangan. Ikatan Akuntan Indonesia.

- Rahmawati, A. D., Topowijono, & Sulasmiyati, S. (2015). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Struktur Modal, dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Sektor Properti, Real Estate, Dan Building Construction Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2010-2013)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 23 No. 2
- Sabrin, Sarita, B., Takdir, D., & Sujono. (2016). *The Effect of Profitability on Firm Value in Manufacturing Company at Indonesia Stock Exchange*. The International Journal Of Engineering And Science (IJES), 5(10), 81–89. [https://doi.org/10.1016/0014-4827\(80\)90264-5](https://doi.org/10.1016/0014-4827(80)90264-5)
- Sartono, Agus. 2010. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: BPFE.
- Singh, Prakash J., Kannan Sethuraman., dan Jocelin Y. Lam. 2017. *Impact of Corporate Social Responsibility Dimensions on Firm Value: Some Evidence from Hong Kong and China*. Article Sustainability. MDPI.
- Smithers, Andrew dan Wright, Stephen. 2008. *Valuing Wall Street*. McGraw Hill.
- Stiglitz, J. E. 2002. Information and the change in the paradigm in economics. *American Economic Review*, 92: 460-501
- Sudha, S. 2014. *Impact of Corporate Social Responsibility on Firm Value – Evidence from the Indian Stock Market*. SSIJMBR ISSN 2231-4970 Volume 4 Issue 5 September 2014.
- Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sutrisno. 2009. *Manajemen Keuangan Teori, Konsep, dan Aplikasi*. Yogyakarta: Ekonisia
- Tjandrakirana, R., & Monika, M. (2014). *Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia*. Jurnal Manajemen, Strategi, Bisnis, Dan Kewirausahaan, 12(1), 1–16.
- Tjipto, E., P. & Juniarti. 2016. *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Property and Real Estate*. Business Accounting Review, Vol. 4, No. 1, pp. 24-36
- Tryfino. 2009. *Cara Cerdas Berinvestasi Saham*. Jakarta: Transmedia Pustaka
- Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.
- Undang-Undang Nomor 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal.

Wahyu, Ika dan Prima Apriwenni. 2012. “*Pengaruh Mekanisme Corporate Governance, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2007-2009*”. Jurnal Auditing Volume 1 No. 1 Februari 2012.

Wajongkere, Jessica., Lintje Kalangi., dan Robert Lambey. 2017. *Pengaruh Biaya Corporate Social Responsibility Terhadap Laba Bersih Perusahaan Pada PT United Tractor, Tbk.* Jurnal Riset Akuntansi Going Concern 12(2). 1216-1221.

Yudharma, Aditya Satya., Yeterina Widi Nugrahanti., dan Ari Budi Kristanto. 2016. *Pengaruh Biaya Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan dan Nilai Perusahaan.* Jurnal Manajemen Vol. 11 No. 2, September 2016

[www.bumn.go.id](http://www.bumn.go.id)

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

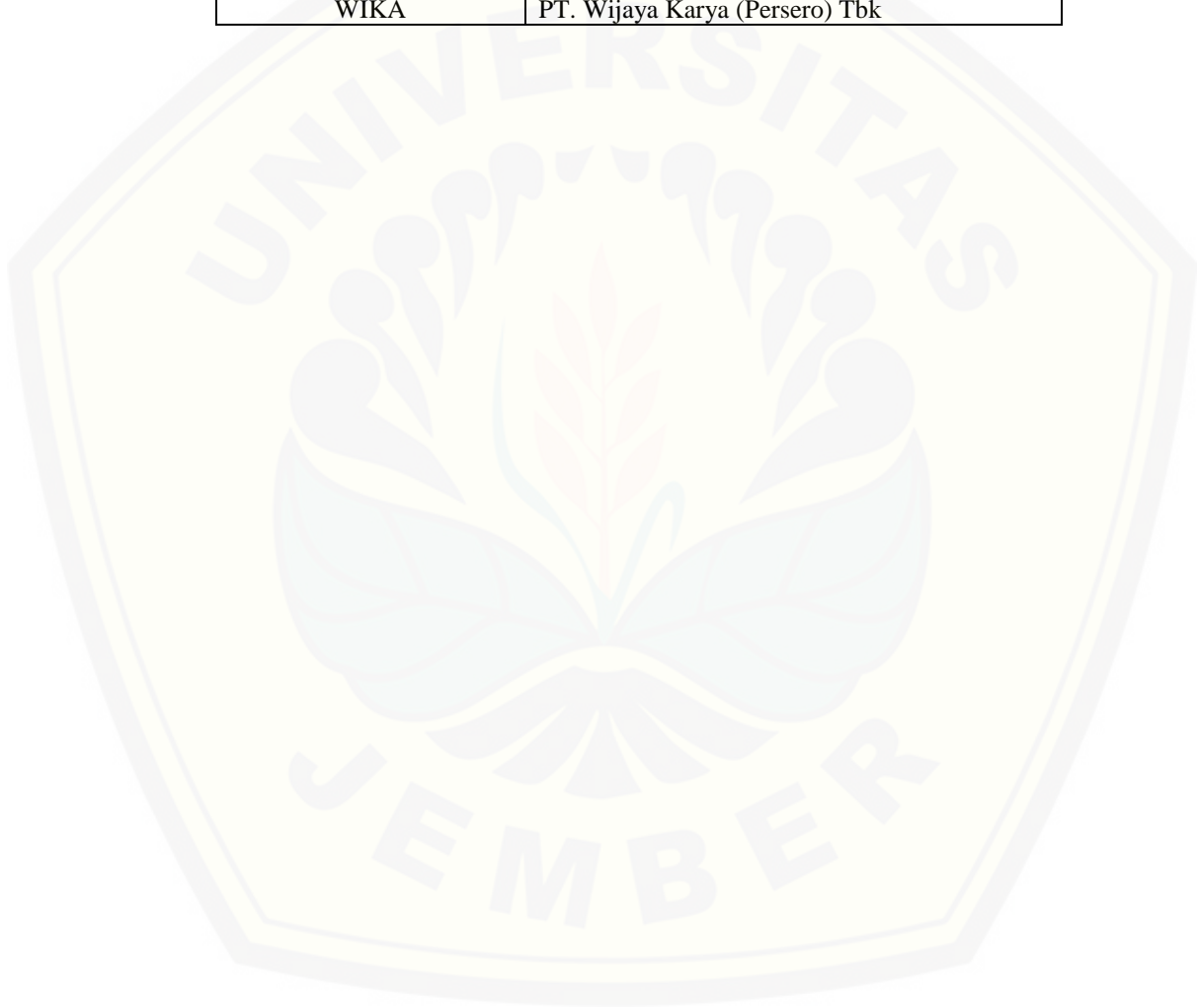
**LAMPIRAN 1. RISET MAPING**

Nama Peneliti	Hasil Penelitian
Asatryan dan Brezinova (2014)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terjadi pengaruh positif antara CSR dengan kinerja keuangan yaitu ROE dan ROA pada perusahaan penerbangan.
Basuony et al (2014)	Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh yang positif dari CSR pada kinerja perusahaan (profitabilitas), selain itu perusahaan yang lebih besar dan lebih tua memiliki efek positif pada kinerja keuangan (profitabilitas) yang akan mengarah untuk meningkatkan penggunaan praktik CSR yang lebih baik.
Tjandrakirana dan Monika (2014)	Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa baik secara simultan atau parsial ROA dan ROE memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan
Fatemi et al (2015)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR dapat menciptakan nilai bagi perusahaan untuk mendukung masyarakat, sosial, atau penyebab lingkungan.
Haryono dan Iskandar (2015)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR tidak memiliki pengaruh yang signifikan pada nilai perusahaan. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR lebih berdampak positif pada kinerja perusahaan dan memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap Risiko Perusahaan
Lindawati dan Puspita (2015)	CSR menjadi sebuah sinyal bagi manajemen untuk menunjukkan informasi terkait prospek perusahaan di masa depan kepada investor terkait dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan
Nguyen et al (2015)	Hasil analisis yang telah dilakukan bahwa pengungkapan CSR memiliki pengaruh positif pada nilai perusahaan pada tahun berikutnya pada perusahaan di Vietnam.
Sudha (2015)	Hasil penelitian menunjukkan bukti bahwa CSR perusahaan memiliki pengaruh yang positif pada harga saham perusahaan yang telah menyiratkan bahwa perusahaan yang telah menunjukkan kinerja CSR yang lebih tinggi telah dihargai lebih tinggi daripada mereka yang memiliki kinerja CSR inferior.
Tjipto dan Januarti (2016)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Corporate Social Responsibility berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan variabel ukuran perusahaan, market share, dan debt to equity ratio sebagai variabel kontrol tidak berpengaruh pada nilai perusahaan.
Sabrin et al (2016)	Hasil penelitian dengan menggunakan SmartPLS 2.0 menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan karena profitabilitas digunakan sebagai justifikasi pembayaran dividen, jadi harga saham akan meningkat akibat adanya sinyal positif terkait kinerja yang bagus.
Cheryta et al (2017)	Hasilnya menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan.
Chou et al (2017)	Hasil penelitian menemukan beberapa temuan yaitu (1) terjadi interaktif positif antara CSR dan CFP, (2) tata kelola CSR memiliki pengaruh yang signifikan pada pengembalian saham dalam konteks negara berkembang.
Chen dan Lee (2017)	Hasil penelitian yang telah dilakukan menemukan bahwa pengungkapan informasi CSR perusahaan tidak memiliki kontribusi pada nilai perusahaan.
Lenz et al (2017)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas tanggungjawab sosial perusahaan (CSR) dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui hubungan yang kuat dengan pemangku kepentingan.
Singh et al (2017)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya dari program <i>Corporate</i>

	<i>Social Responsibility (CSR)</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan
Wajongkere et al (2017)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya dari Corporate Social Responsibility (CSR) tidak berpengaruh terhadap laba bersih PT United Tractor Tbk
Waluyo (2017)	Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh dari ukuran, usia, dan pertumbuhan perusahaan terhadap pengungkapan CSR perusahaan.
Cahyanti et al (2018)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh terhadap Return On Equity tetapi tidak berpengaruh pada Return On Asset.
Patricia et al (2018)	Penelitian ini dilakukan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2014-2016. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, variabel likuiditas memiliki pengaruh yang negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dan variabel ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian juga menemukan bahwa kinerja keuangan mampu menjadi variabel intervening pada pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

**LAMPIRAN 2. PERUSAHAAN YANG MENJADI SAMPEL**

<b>KODE PERUSAHAAN</b>	<b>NAMA PERUSAHAAN</b>
BBRI	PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk
BBNI	PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk
BBTN	PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk
BMRI	PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk
PTPP	PT. Pembangunan Perumahan (Persero) Tbk
TINS	PT. Timah (Persero) Tbk
JSMR	PT. Jasa Marga (Persero) Tbk
PTBA	PT. Bukit Asam Tbk
TLKM	PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk
WIKA	PT. Wijaya Karya (Persero) Tbk





**LAMPIRAN 3. VARIABEL CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY**

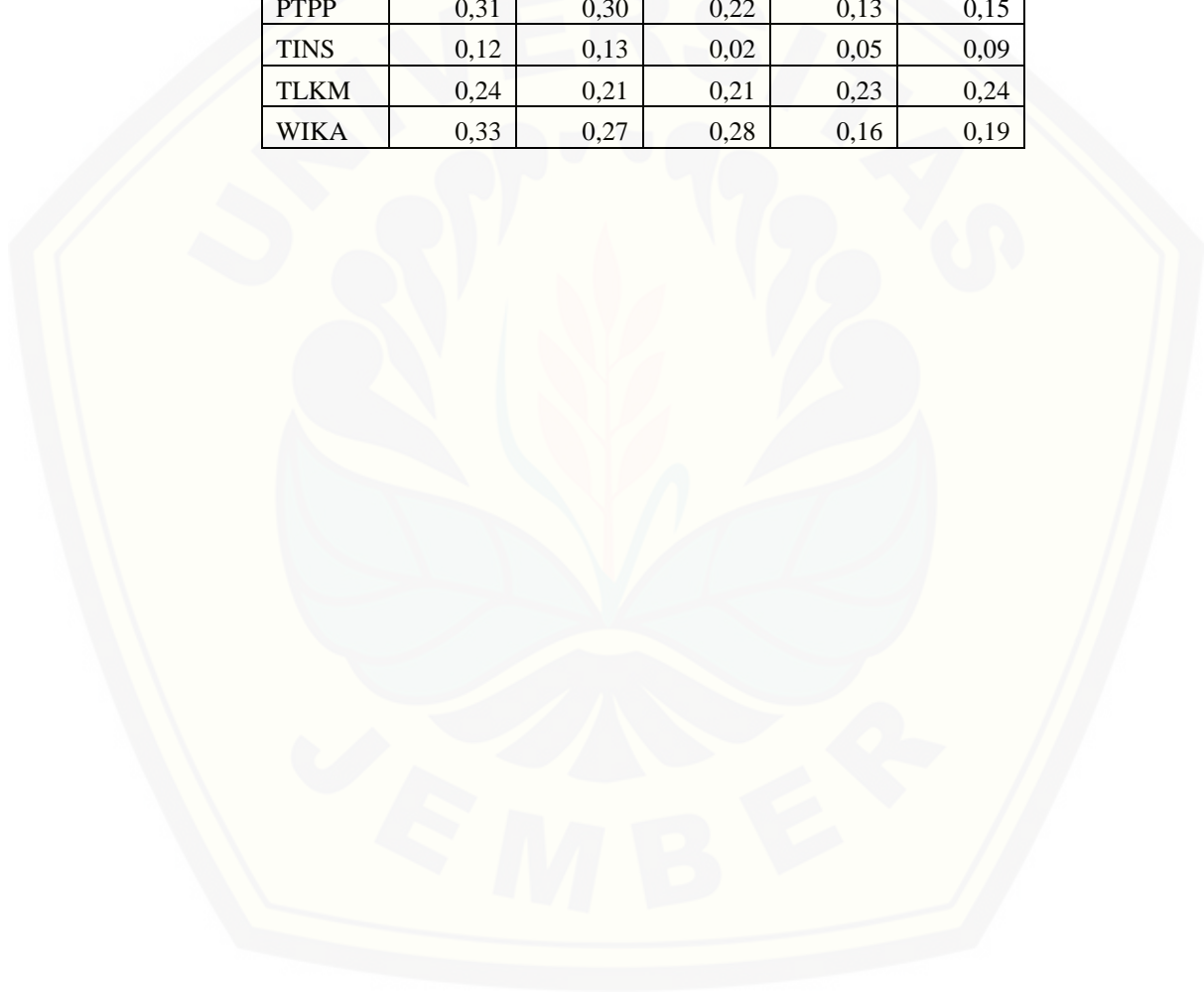
NAMA	VARIABEL CSR				
	2013	2014	2015	2016	2017
BBRI	0,67	0,62	0,53	0,26	0,38
BBNI	0,26	0,24	0,30	0,31	0,32
BBTN	0,31	0,49	0,62	0,26	0,25
BMRI	0,16	0,40	0,52	0,73	0,30
JSMR	0,27	0,25	0,23	0,23	0,16
PTBA	0,64	0,79	0,82	0,89	0,87
PTPP	0,73	0,82	0,82	0,84	0,87
TINS	0,7	0,21	0,33	0,69	0,52
TLKM	0,31	0,29	0,49	0,38	0,62
WIKA	0,92	0,38	0,27	0,12	0,34

**LAMPIRAN 4 VARIABEL UKURAN PERUSAHAAN**

NAMA	UKURAN PERUSAHAAN				
	2013	2014	2015	2016	2017
BBRI	13,347	13,595	13,686	13,819	13,934
BBNI	12,865	12,940	13,139	13,310	13,472
BBTN	11,784	11,882	12,054	12,275	12,474
BMRI	13,505	13,659	13,721	13,853	13,933
JSMR	10,242	10,369	10,511	10,887	11,280
PTBA	9,365	9,606	9,735	9,830	9,998
PTPP	9,425	9,587	9,860	10,349	10,640
TINS	9,017	9,185	9,136	9,164	9,382
TLKM	11,764	11,862	12,021	12,099	12,198
WIKA	9,441	9,678	9,887	10,353	10,729

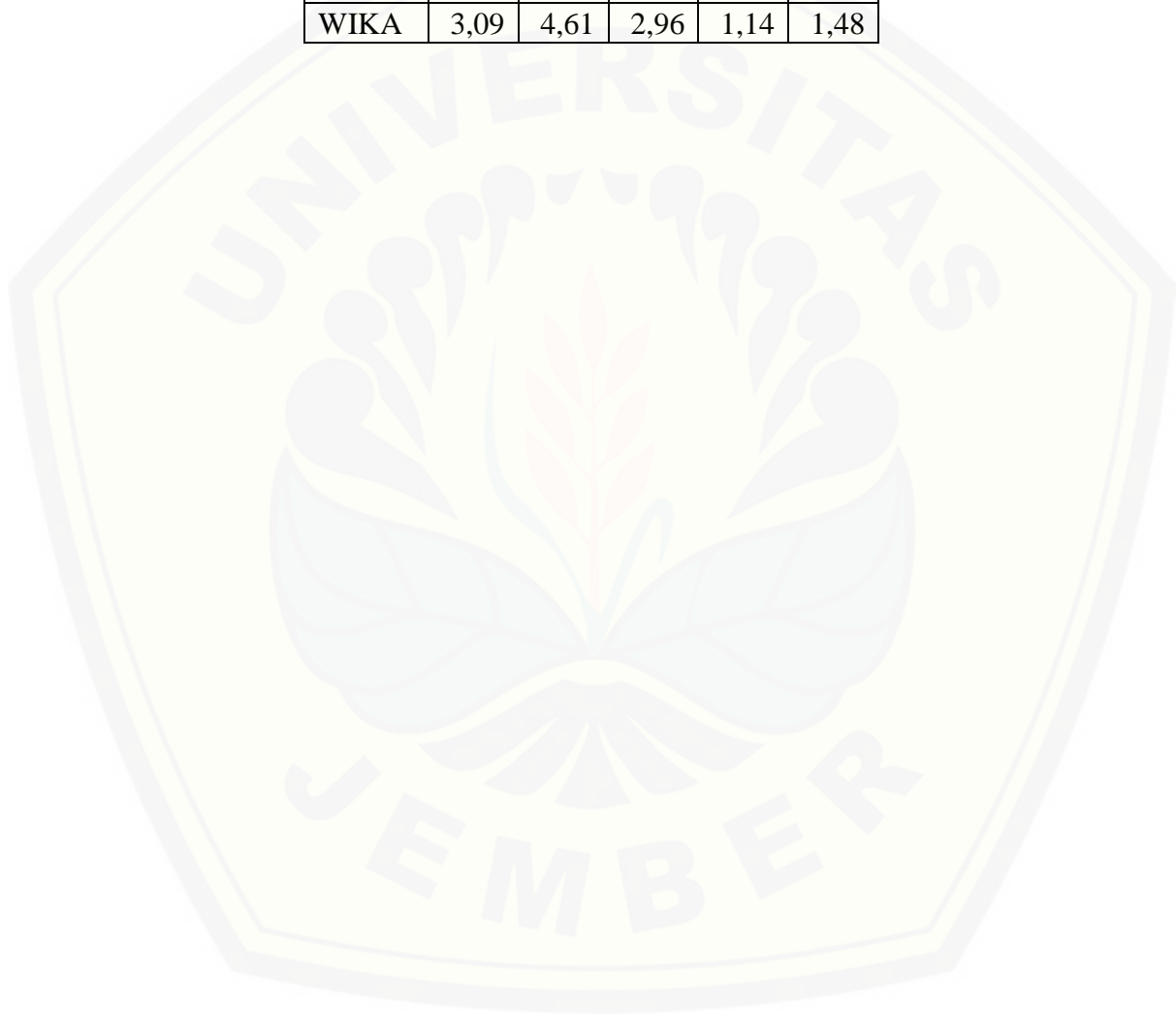
**LAMPIRAN 5. VARIABEL KINERJA PERUSAHAAN**

NAMA	KINERJA				
	2013	2014	2015	2016	2017
BBRI	0,34	0,31	0,30	0,23	0,20
BBNI	0,23	0,24	0,17	0,16	0,16
BBTN	0,16	0,11	0,17	0,18	0,18
BMRI	0,27	0,26	0,23	0,11	0,15
JSMR	0,10	0,13	0,12	0,12	0,12
PTBA	0,25	0,22	0,22	0,19	0,32
PTPP	0,31	0,30	0,22	0,13	0,15
TINS	0,12	0,13	0,02	0,05	0,09
TLKM	0,24	0,21	0,21	0,23	0,24
WIKA	0,33	0,27	0,28	0,16	0,19



LAMPIRAN 6. VARIABEL NILAI PERUSAHAAN

NAMA	PBV				
	2013	2014	2015	2016	2017
BBRI	2,25	2,94	2,47	1,96	2,68
BBNI	1,54	1,86	1,19	1,15	1,83
BBTN	1,32	1,04	0,99	1,98	1,11
BMRI	2,06	2,25	1,81	1,76	2,20
JSMR	3,04	4,35	2,65	1,89	2,49
PTBA	3,16	3,43	1,14	2,76	1,90
PTPP	3,70	4,86	4,58	2,19	1,13
TINS	1,48	1,63	0,70	1,42	0,95
TLKM	3,49	4,15	4,06	5,21	4,74
WIKA	3,09	4,61	2,96	1,14	1,48



## LAMPIRAN 7. HASIL UJI STATISTIK

### 1. Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	50	.120879120879	.923076923076	.474986813186	.238452366021
		1209	9231	813	298
UP	50	9.01724094201	13.9344023120	11.4169748519	1.67949949371
		0350	98447	76306	6458
KP	50	.0200	.3411	.196432	.0754739
NP	50	.700474771923	5.21230659840	2.41547827942	1.20323213510
		2918	72810	7708	5838
Valid N (listwise)	50				

### 2. Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.03498041
Most Extreme Differences	Absolute	.120
	Positive	.120
	Negative	-.090
Test Statistic		.120
Asymp. Sig. (2-tailed)		.068 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

### 3. Hasil Uji Regresi Variabel Dependen Kinerja Perusahaan (KP)

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.411 <sup>a</sup>	.169	.133	.0702607	.169	4.771	2	47	.013	1.733

a. Predictors: (Constant), UP, CSR

b. Dependent Variable: KP

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.047	2	.024	4.771	.013 <sup>b</sup>
	Residual	.232	47	.005		
	Total	.279	49			

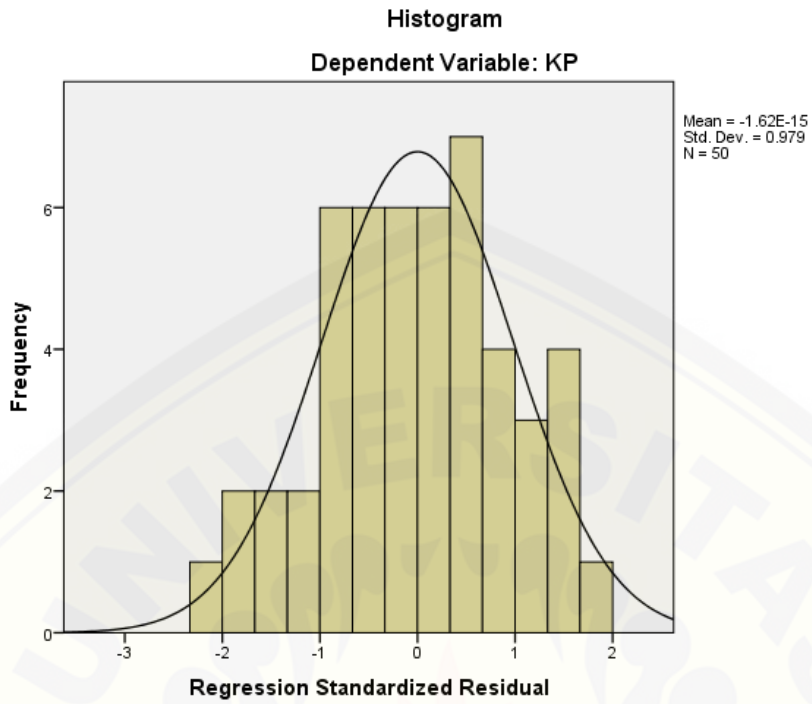
a. Dependent Variable: KP

b. Predictors: (Constant), UP, CSR

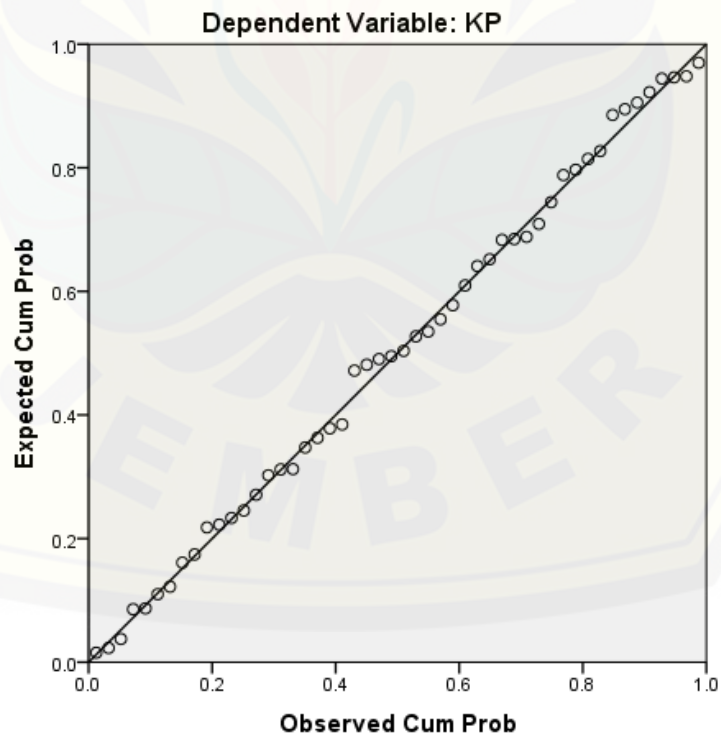
**Coefficients<sup>a</sup>**

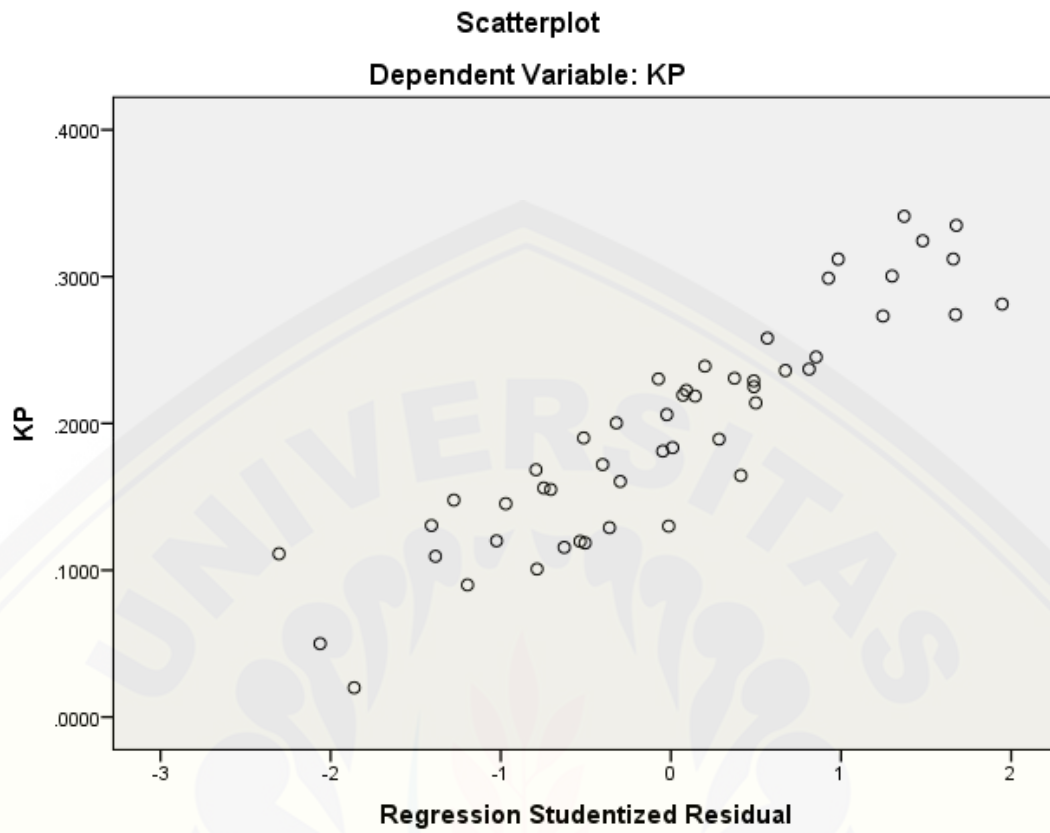
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.029	.084		-.351	.727					
	CSR	.124	.045	.391	2.749	.008	.276	.372	.366	.875	1.143
	UP	.015	.006	.325	2.289	.027	.187	.317	.304	.875	1.143

a. Dependent Variable: KP



**Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**







## 4. Hasil Uji Regresi Variabel Dependen Nilai Perusahaan (NP)

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.510 <sup>a</sup>	.260	.212	1.068196755754096	.260	5.391	3	46	.003	2.132

a. Predictors: (Constant), KP, UP, CSR

b. Dependent Variable: NP

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	18.453	3	6.151	5.391	.003 <sup>b</sup>
	Residual	52.488	46	1.141		
	Total	70.941	49			

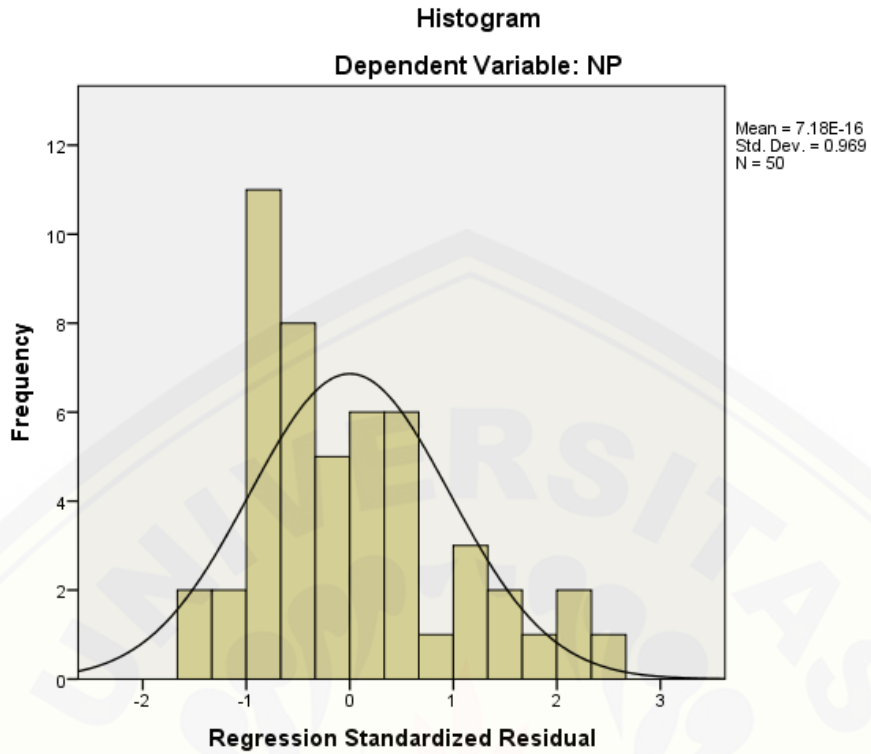
a. Dependent Variable: NP

b. Predictors: (Constant), KP, UP, CSR

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.143	1.272		2.471	.017					
	CSR	-.429	.737	-.085	-.581	.564	.153	-.085	-.074	.754	1.327
	UP	.190	.102	.265	-1.853	.070	-.137	-.264	-.235	.787	1.270
	KP	8.364	2.218	.525	3.772	.000	.452	.486	.478	.831	1.203

a. Dependent Variable: NP



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

