

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)  
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR  
DI INDEKS SAHAM SYARIAH INDONESIA (ISSI)**



**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelara Sarjana Ekonomi (S.E)**

**OLEH :**

**YUNI DWI SARTIKA**

**NIM. 1316140492**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU  
TAHUN, 2017 M / 1438 H**



**KEMENTERIAN AGAMA ISLAM RI  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

*Alamat: Jln. Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (0736) 51276, 51171 Fax: (0736) 51171 Bengkulu*

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Skripsi yang ditulis oleh: **Yuni Dwi Sartika, NIM 1316140492** dengan

**judul: "Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan yang Terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI)",**  
Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran pembimbing I dan pembimbing II. Oleh karena itu, skripsi ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam sidang *munaqasyah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

Bengkulu, **17 April 2017 M**  
**21 Rajab 1438 H**

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

**Dra. Fatimah Yunus, MA**  
NIP. 19630319 200003 2 003

**Yosv Arisandy, S.T., M.M**  
NIP. 19850801 201403 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA ISLAM RI  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**Alamat: Jln. Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (0736) 51276, 51171 Fax: (0736) 51171 Bengkulu**

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi yang berjudul: **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan yang Terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI)”**, oleh: **Yuni Dwi Sartika NIM. 1316140492**, Program Studi **Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam**, telah diuji dan dipertahankan di depan **Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu** pada:

Hari : **Rabu**

Tanggal : **21 Juni 2017 M/26 Ramadhan 1438 H**

Dinyatakan **LULUS**. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar **Sarjana** dalam bidang **Ekonomi Syariah**, dan diberi gelar **Sarjana Ekonomi (SE)**.

Bengkulu, **13 Juli 2017 M**  
**18 Syawal 1438 H**

**Tim Sidang Munaqasyah**

**Ketua**

**Dra. Fatimah Yunus, MA**  
**NIP. 19630319 200003 2 003**

**Penguji I**

**Andang Sunarto, Ph.D**  
**NIP. 19761124 200604 1 002**

**Sekretaris**

**Yosy Arisandy, S.T., M.M**  
**NIP. 19850801 201403 2 001**

**Penguji II**

**Yunida Een Fryanti, M.Si**  
**NIP. 19810612 201503 2 003**

**Mengetahui**  
**Plt. Dekan**

**Dr. Annaini, MA**  
**NIP. 19730412 199803 2 003**

## MOTTO

*Formula dari sebuah KESUKSESAN yaitu  
KERJA KERAS, PANTANG MENYERAH, dan BERDOA*

## PERSEMBAHAN

*Skripsi ini kupersembahkan kepada:*

1. Ayah Akmaludin dan Ibu Rehana tercinta yang selalu mendo'akan dan memberikan dukungan baik secara moral dan finansial.
2. Kakak Gita dan Adik Adinda yang selalu mendo'akan dan memberikan motivasi agar tamat tepat waktu.
3. Pidi yang selalu memberikan motivasi, semangat, waktu, tenaga dan pikiran, sehingga skripsi ini dapat selesai tepat waktu.
4. Para sahabat saya yaitu , Ami, Mbg Vin, Jeje, Isti, Mamas dan Levi yang selalu memberikan motivasi, semangat sehingga skripsi ini dapat selesai tepat waktu.
5. Sahabat KKN-IT (Lisa, Cicing, Dwi, Dinda dan Debby) yang selalu memberi semangat.
6. Sahabat PBS "A" Angkatan 2013 yang selalu kompak dalam hal akademik maupun diluar kelas.
7. Teman-teman seperjuangan dalam meraih gelar SE selama belajar di IAIN Bengkulu.
8. Almamater kebanggan, IAIN Bengkulu.

## SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi dengan judul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan yang Terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI)”, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun diperguruan tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, 12 Juni 2017 M  
17 Ramadhan 1438 H

Mahasiswa yang menyatakan



Yuni Dwi Sartika

NIM 1316140492

## ABSTRAK

**Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan yang Terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) oleh Yuni Dwi Sartika, NIM 1316140492**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) dan seberapa besar pengaruhnya. Untuk mengungkapkan persoalan tersebut secara mendalam dan menyeluruh, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data studi kepustakaan berupa data sekunder laporan tahunan perusahaan persero dan jurnal-jurnal yang berhubungan dengan masalah yang dibahas. Teknis analisis data yang digunakan adalah regresi nonlinier kuadratik menggunakan SPSS versi 20. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) hal tersebut dibuktikan dengan hasil perhitungan uji t yaitu nilai signifikansi untuk LN\_CSR adalah 0,841 (signifikansi > 0,05) sedangkan nilai signifikansi untuk LN\_CSR<sup>2</sup> adalah 0,913 (signifikansi > 0,05). Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan yaitu sebesar 0,303 dengan persentase sebesar 30,3% sedangkan sisanya 60,7% dipengaruhi oleh faktor lainnya diluar penelitian yang dilakukan peneliti.

*Kata kunci: Corporate Social Responsibility (CSR), Nilai Perusahaan, ISSI*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan yang Terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI)”. Shalawat dan salam semoga senantiasa dilimpahkan pada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW yang menjadi uswatun hasanah bagi kita semua. Amin.

Penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat guna untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini izinkan penulis mengucapkan rasa terimakasih teriring doa semoga menjadi amal ibadah dan mendapat balasan dari Allah SWT, kepada:

1. Prof. Dr. H. Sirajuddin M, M.Ag, M.H, selaku Plt. Rektor IAIN Bengkulu.
2. Dr. Asnaini, MA selaku Plt. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu.
3. Dra Fatimah Yunus, MA selaku Pembimbing I dan Plt. Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu.
4. Idwal B, MA selaku Plt. Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu.
5. Yosy Arisandy, S.T., M.M, selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat, dan arahan dengan sepenuh hati.
6. Kedua orang tuaku Akmaludin dan Rehana yang selalu mendo'akan kesuksesan penulis.
7. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.



8. Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi.
9. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi. Oleh karena itu, penulis mohon maaf dan mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan penulis ke depan.

Bengkulu, 17 April 2017 M  
21 Rajab 1438 H

**YUNIDWI SARTIKA**  
NIM. 1316140492

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	ii
<b>PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>MOTTO</b> .....	iv
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	13
C. Rumusan Masalah .....	13
D. Tujuan Penelitian.....	13
E. Kegunaan Penelitian.....	14
F. Penelitian Terdahulu .....	15
<b>BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR</b>	
A. Pengertian Nilai.....	18
B. Pengertian Perusahaan.....	18
C. Pengertian Nilai Perusahaan.....	23
D. Pengertian <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	26
E. Tujuan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	27
F. Komponen Program <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> ..	28
G. Manfaat <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	28
H. Lingkup Kegiatan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	33
I. Indikator Keberhasilan (CSR).....	36
J. CSR Menurut Ekonomi Islam.....	37

K. Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan .....	41
L. Kerangka Berpikir .....	43
M. Hipotesis.....	44

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian.....	45
B. Variabel dan Definisi Operasional .....	45
C. Populasi dan Sampel .....	45
D. Jenis dan Sumber Data .....	48
E. Teknik Pengumpulan Data .....	48
F. Teknik Analisis Data .....	49
1. Analisis Statistik Deskriptif .....	49
2. Uji Kualitas Data.....	49
3. Uji Hipotesis .....	50
4. Koefisien Determinasi.....	52

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) .....	53
B. Hasil Penelitian .....	54
1. Statistik Deskriptif .....	54
2. Uji Normalitas Data .....	56
3. Uji Homogenitas Data.....	57
4. Uji Hipotesis .....	57
5. Koefisien Determinasi.....	62
C. Pembahasan .....	63

### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	66
B. Saran.....	66

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Nama Perusahaan, Harga Saham, dan Dana CSR.....	9
Tabel 3.2 : Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Determinasi .....	52
Tabel 4.1 : Statistik Deskriptif Data Awal .....	54
Tabel 4.2 : Statistik Deskriptif Data Setelah Transformasi dalam Bentuk Natural Logaritma (LN) .....	55
Tabel 4.3 : Hasil Uji Normalitas.....	56
Tabel 4.4 : Hasil Uji Homogenitas .....	57
Tabel 4.5 : Uji Regresi Nonlinier Kuadratik .....	59
Tabel 4.6 : Anova .....	61
Tabel 4.7 : <i>Model Summary</i> .....	62
Tabel 4.8 : Hasil Pengujian Kualitas Data.....	64
Tabel 4.9 : Hasil Pengujian Hipotesis dan Koefisien Determinasi.....	65

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan yang Terdaftar di ISSI.....	43
Gambar 4.1 : <i>Scatter Plot</i> .....	58

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Data awal *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Nilai Perusahaan

Lampiran 2: Hasil Data SPSS

Lampiran 3: Jadwal Kegiatan Pelaksanaan Penyusunan Skripsi

Lampiran 4: Daftar Saham yang Masuk Dalam Perhitungan ISSI

Lampiran 5: Ikhtisar Saham

Lampiran 6: Laporan Dana *Corporate Social Responsibility* (CSR)

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Nilai perusahaan merupakan kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk dari permintaan dan penawaran di pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan. Suatu perusahaan dikatakan mempunyai nilai yang baik jika kinerja perusahaan juga baik.<sup>1</sup> Implikasi naiknya harga saham menunjukkan naiknya nilai perusahaan. Nilai perusahaan dapat diukur melalui nilai harga saham di pasar yang dapat diketahui melalui harga saham penutupan (*closing price*) yaitu harga yang diminta oleh penjual atau harga perdagangan terakhir untuk suatu periode.<sup>2</sup>

Harga saham itu sendiri didefinisikan sebagai harga yang dibentuk dari interaksi antara para penjual dan pembeli saham yang dilatarbelakangi oleh harapan mereka terhadap keuntungan perusahaan. Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan. Oleh karena itu, tugas manajer keuangan dalam hal memaksimalkan nilai perusahaan adalah memaksimalkan nilai saham perusahaan. Batasan tujuan pemaksimalan nilai perusahaan secara umum menunjukkan pemaksimalan harga saham, dengan demikian konsep nilai perusahaan dapat diproksikan melalui harga saham perusahaan.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Harmono, *Manajemen Keuangan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), h. 50

<sup>2</sup> Harmono, *Manajemen Keuangan ...*, h. 8

<sup>3</sup> Kasmir, *Pengantar Manajemen Keuangan*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2010), h. 8

Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*) apabila perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan hidup karena keberlanjutan merupakan keseimbangan antara kepentingan-kepentingan ekonomi, lingkungan dan masyarakat. Dimensi tersebut terdapat di dalam penerapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk pertanggungjawaban dan kepedulian terhadap lingkungan di sekitar perusahaan.<sup>4</sup>

Sudah menjadi fakta bagaimana *resistensi* masyarakat sekitar diberbagai tempat dan waktu muncul ke permukaan terhadap perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan aspek-aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan hidupnya. Dan pada akhirnya keberlanjutan dan kelestarian bumi juga akan lebih terjamin.<sup>5</sup> Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Baqarah (2): 195<sup>6</sup>

وَأَنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ وَأَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ ﴿١٩٥﴾

Artinya: dan belanjakanlah (harta bendamu) di jalan Allah, dan janganlah kamu menjatuhkan dirimu sendiri ke dalam kebinasaan, dan berbuat baiklah, karena Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik.

Dari ayat tersebut terlihat jelas bahwa dalam Islam sudah diatur ketentuan tentang tanggung jawab manusia terhadap sesama manusia dan lingkungan sekitarnya. Dalam hal ini, tanggung jawab perusahaan tersebut

---

<sup>4</sup> Rimba Kusumadilaga, 2010, “Pengaruh *Coorporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia)”, (S-1, Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro, Semarang, 2010), h.30

<sup>5</sup> Agus Arijanto, *Etika BIsnis Bagi Pelaku BIsnis*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), h. 138

<sup>6</sup> Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: CV Diponegoro, 2014)



dituangkan dalam Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau lebih dikenal dengan nama *Corporate Social Responsibility (CSR)*. CSR merupakan sebuah konsep dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dan lingkungan dalam operasi bisnis dan dalam interaksi dengan para pemangku kepentingan secara sukarela.<sup>7</sup> Kepedulian perusahaan itu sendiri terlihat dari komitmen perusahaan untuk mempertanggungjawabkan segala dampak dari aktivitas usahanya dalam dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan yang dikenal dengan istilah “*Triple Bottom Line*”.<sup>8</sup>

CSR pada awal kemunculannya disambut dengan dingin karena dianggap akan memboroskan perusahaan. Namun dalam perkembangannya, CSR merupakan salah satu isu sentral terkait dengan bisnis perusahaan sehingga pada akhirnya banyak perusahaan yang mulai fokus untuk melaksanakan kegiatan CSR.<sup>9</sup> Program CSR merupakan investasi bagi perusahaan demi pertumbuhan dan keberlanjutan (*sustainability*) perusahaan dan bukan lagi dilihat sebagai sarana biaya (*cost centre*) melainkan sebagai sarana meraih keuntungan (*profit centre*). Program CSR merupakan komitmen perusahaan untuk mendukung terciptanya pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*).<sup>10</sup> Kata pembangunan berkelanjutan diartikan sebagai proses pembangunan yang berprinsip memenuhi kebutuhan sekarang tanpa mengorbankan pemenuhan kebutuhan

---

<sup>7</sup>Totok Mardikanto, *CSR (Corporate Social Responsibility)(Tanggungjawab Sosial Korporasi)*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 92

<sup>8</sup> Busyra Azheri, *Corporate Social Responsibility*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2012), h. 6

<sup>9</sup> Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 405

<sup>10</sup> Totok Mardikanto, *CSR (Corporate Social Responsibility)...*, h. 134

generasi masa depan.<sup>11</sup> Bagi perusahaan yang konsisten menerapkan CSR dalam aktivitasnya, dalam jangka panjang akan mendapatkan keuntungan dalam bentuk kepercayaan dari *stakeholders (corporate image)* terhadap perusahaan yang bersangkutan. Fakta menunjukkan adanya korelasi positif antara perusahaan yang menerapkan CSR dalam aktivitas usahanya dengan apresiasi masyarakat.<sup>12</sup>

Perusahaan yang menerapkan CSR dengan benar akan mendapatkan dampak positif bagi keberlangsungan perusahaan itu sendiri. Menurut Muljati, manfaat CSR bagi perusahaan yaitu<sup>13</sup>:

1. Meningkatkan Citra Perusahaan
2. Memperkuat “*Brand*” Perusahaan
3. Mengembangkan Kerja Sama Dengan Para Pemangku Kepentingan
4. Membedakan Perusahaan Dengan Pesaingnya
5. Menghasilkan Inovasi dan Pembelajaran Untuk Meningkatkan Pengaruh Perusahaan
6. Membuka Akses Untuk Investasi dan Pembiayaan Bagi Perusahaan
7. Meningkatkan Harga Saham. Jika perusahaan rutin melakukan CSR yang sesuai dengan bisnis utamanya dan melakukannya dengan konsisten dan rutin, masyarakat bisnis (investor, kreditur, dan lain-lain), pemerintah, akademisi, maupun konsumen akan makin

---

<sup>11</sup> Nurdizal M. Rachman, dkk, *Panduan Lengkap Perencanaan CSR*, (Jakarta: Penebar Swadaya, 2011), h. 11

<sup>12</sup> Busyra Azheri, *Corporate Social ...*, h. 6

<sup>13</sup> Muljati dalam Totok Mardikanto, *CSR (Corporate Social Responsibility...)*, h. 137

mengenal perusahaan. Maka permintaan terhadap saham perusahaan akan naik dan otomatis harga saham perusahaan juga meningkat.<sup>14</sup>

Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) merupakan indeks saham yang mencerminkan keseluruhan saham syariah yang tercatat di BEI dan terdaftar dalam Daftar Efek Syariah (DES). ISSI *direview* setiap 6 bulan sekali (Mei dan November) dan dipublikasikan pada awal bulan berikutnya. ISSI juga dilakukan penyesuaian apabila ada saham syariah yang baru tercatat atau dihapuskan dari DES. Metode perhitungan indeks ISSI menggunakan rata-rata tertimbang dari kapitalisasi pasar. Tahun dasar yang digunakan dalam perhitungan ISSI adalah awal penerbitan DES yaitu Desember 2007. Indeks ISSI diluncurkan pada tanggal 12 Mei 2011.<sup>15</sup>

Perusahaan yang terdaftar pada Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) berjumlah 331 perusahaan. Pada penelitian ini penulis hanya meneliti perusahaan yang bentuk badannya Perseroan Terbatas (PERSERO) dikarenakan beberapa alasan, yaitu: *Pertama*, khusus untuk perusahaan berbentuk Perseroan Terbatas (PT) ada yang disebut dengan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.<sup>16</sup> Tentang tanggungjawab

---

<sup>14</sup> Muljati dalam Totok Mardikanto, *CSR (Corporate Social Responsibility)...*, h. 137

<sup>15</sup> <http://www.idx.co.id/idid/beranda/produkdanlayanan/pasarsyariah/indeksahamsyariah.aspx>, pada hari Sabtu, tanggal 22 Oktober 2017, Pukul 20.00 WIB

<sup>16</sup> Totok Mardikanto, *CSR (Corporate Social Responsibility)...*, h. 11

sosial dan lingkungan diatur secara spesifik dalam Pasal 74 UU Nomor 40 Tahun 2007:

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.
2. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
4. Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Ketentuan dalam pasal ini bertujuan untuk menciptakan hubungan yang selaras, serasi, dan seimbang sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat. Yang dimaksud dengan Perseroan yang menjalankan usahanya di bidang sumber daya alam adalah perseroan yang kegiatan usahanya mengelola dan memanfaatkan sumber daya alam. Yang dimaksud dengan perseroan yang menjalankan usahanya berkaitan dengan sumber daya alam adalah perseroan yang kegiatan usahanya tidak

mengelola dan memanfaatkan sumber daya alam, tetapi kegiatan usahanya berdampak bagi sumber daya alam.<sup>17</sup>

*Kedua*, Perusahaan Persero merupakan PT yang dimiliki pemerintah melalui Badan Usaha Milik Negara sehingga saham atau modalnya 51% milik pemerintah.<sup>18</sup> Alasan penulis hanya meneliti perusahaan yang di bawah naungan BUMN karena telah diatur jelas dalam Peraturan Meneg BUMN No. Per-05/MBU/2007, menyatakan “Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara dengan Usaha Kecil dan Program Bina Lingkungan” yang mengharuskan setiap BUMN melakukan penyisihan masing-masing maksimal 3% dari laba bersih setelah pajak untuk program kemitraan dan bina lingkungan. Besarnya dana ditetapkan melalui keputusan Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) tahunan.<sup>19</sup>

Dari 331 perusahaan terdapat 15 perusahaan yang bentuk badan usahanya Perseroan Terbatas (PERSERO). 15 perusahaan tersebut diantaranya bergerak dibidang<sup>20</sup>:

1. Pertambangan, terdiri dari:
  - a. PT Aneka Tambang (Persero) Tbk
  - b. PT Tambang Batubara Bukit Asam (Persero) Tbk
  - c. PT Timah (Persero) Tbk
2. Industri Dasar dan Kimia, terdiri dari:
  - a. PT Krakatau Steel (Persero) Tbk

---

<sup>17</sup> Totok Mardikanto, *CSR (Corporate Social Responsibility)...*, h. 11

<sup>18</sup> Kasmir, *Pengantar Manajemen...*, h. 38

<sup>19</sup> Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), h. 207

<sup>20</sup> [http://www.idx.co.id/id-id/beranda/produkdanlayanan/pasarsyariah/indeksaham\\_syariah.aspx](http://www.idx.co.id/id-id/beranda/produkdanlayanan/pasarsyariah/indeksaham_syariah.aspx), pada hari Sabtu, tanggal 22 Oktober 2017, Pukul 20.00 WIB

- b. PT Semen Baturaja (Persero) Tbk
  - c. PT Semen Indonesia (Persero) Tbk
3. Industri Barang Konsumsi, terdiri dari:
- a. PT Indofarma (Persero) Tbk
  - b. PT Kimia Farma (Persero) Tbk
4. Properti, *Real Estate*, dan Konstruksi Bangunan, terdiri dari:
- a. PT Adhi Karya (Persero) Tbk
  - b. PT Pembangunan Perumahan (Persero) Tbk
  - c. PT Wijaya Karya (Persero) Tbk
  - d. PT Waskita Karya (Persero) Tbk
  - e. PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk
  - f. PT Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk
  - g. PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk

Dari 15 perusahaan tersebut PT Krakatau Steel (Persero) Tbk, PT Semen Baturaja (Persero) Tbk, PT Pembangunan Perumahan (Persero) Tbk, PT Waskita Karya (Persero) Tbk mengalami *delisting* pada tahun tertentu. *Delisting* merupakan perusahaan yang namanya tidak tertera atau tidak tercatat.<sup>21</sup> Dan PT Indofarma (Persero) Tbk mengalami kerugian, sehingga tidak mengeluarkan dana CSR. Oleh karena itu, penulis hanya memilih 10 perusahaan yang dijadikan sampel pada penelitian ini. 10 perusahaan tersebut yaitu:

- 1. PT Adhi Karya (Persero) Tbk

---

<sup>21</sup> Irham Fahmi, *Rahasia Saham dan Obligasi*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 26

2. PT Aneka Tambang (Persero) Tbk
3. PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk
4. PT Kimia Farma (Persero) Tbk
5. PT Semen Indonesia (Persero) Tbk
6. PT Tambang Batubara Bukit Asam (Persero) Tbk
7. PT Timah (Persero) Tbk
8. PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk
9. PT Wijaya Karya (Persero) Tbk
10. PT Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk

**Tabel 1.1**  
**Nama Perusahaan, Harga Saham, dan Dana CSR**

NO	Nama Perusahaan	Tahun	Dalam Rp	
			Harga Saham	Dana CSR
1	PT ADHI KARYA (Persero) Tbk	2012	1.760	8.866.500.000
		2013	1.510	4.949.809.332
		2014	3.480	3.454.143.700
		2015	2.140	4.912.690.801
2	PT ANEKA TAMBANG (Persero) Tbk	2012	1.280	398.500.000.000
		2013	1.015	245.000.000.000
		2014	1.065	219.000.000.000
		2015	354	201.640.000.000
3	PT KIMIA FARMA (Perseo) Tbk	2012	740	7.720.000.000
		2013	590	3.280.000.000

		2014	1.465	7.960.000.000
		2015	870	5.097.000.000
4	PT GARUDA INDONESIA (Persero) Tbk	2012	660	41.483.611.025
		2013	500	18.515.447.186
		2014	555	18.950.900.000
		2015	309	3.256.805.583
5	PT PERUSAHAAN GAS NEGARA (Persero) Tbk	2012	4.600	478.688.173.864
		2013	4.475	153.100.000.000
		2014	6.000	300.970.000.000
		2015	2.745	141.380.000.000
6	PT SEMEN INDONESIA (Persero) Tbk	2012	15.850	287.740.000.000
		2013	14.150	308.748.368.476
		2014	16.200	268.741.170.000
		2015	11.400	206.013.390.000
7	PT TAMBANG BATUBARA BUKIT ASAM (Persero) Tbk	2012	15.100	295.755.000.000
		2013	10.200	155.670.000.000
		2014	12.500	153.000.000.000
		2015	4.525	157.798.000.000
8	PT TELEKOMUNIKASI INDONESIA (Persero) Tbk	2012	9.050	480.870.000.000
		2013	2.150	218.440.000.000
		2014	2.865	517.830.000.000
		2015	3.105	440.090.000.000
9	PT TIMAH (Persero) Tbk	2012	1.540	62.821.992.286
		2013	1.540	10.411.290.450



		2014	1.230	6.296.772.000
		2015	505	2.821.476.600
10	PT WIJAYA KARYA (Persero) Tbk	2012	1.480	535.321.355.500
		2013	1.580	315.420.000.000
		2014	3.680	48.600.000.000
		2015	2.640	18.160.000.000

Sumber: *Data sekunder yang diolah, 2016*

Tabel 1.1 berisi informasi tentang harga saham dan besarnya dana CSR yang dikeluarkan masing-masing perusahaan pada tahun 2012-2015. Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa:

1. Pada saat dana CSR meningkat harga saham turun seperti yang terjadi pada PT Semen Indonesia (Persero) Tbk tahun 2013, PT Adhi Karya (Persero) Tbk, dan PT Tambang Batubara Bukit Asam (Persero) Tbk tahun 2015.
2. Pada saat dana CSR turun harga saham meningkat seperti yang terjadi pada PT Wijaya Karya (Persero) Tbk pada tahun 2013, dan PT Adhi Karya (Persero) Tbk, PT Aneka Tambang (Persero) Tbk, PT Semen Indonesia (Persero) Tbk, PT Wijaya Karya (Persero) Tbk dan PT Tambang Batubara Bukit Asam (Persero) Tbk pada tahun 2014 serta PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk pada tahun 2015.
3. Pada saat CSR turun harga saham tetap (tidak berubah) seperti yang terjadi pada PT Timah (Persero) Tbk pada tahun 2013.

Menurut Dody Prayogo ada 4 indikator keberhasilan CSR yang dapat dilihat yaitu<sup>22</sup>:

1. Dapat dinilai dari capaian nilai etika.
2. Dapat dinilai dari tinggi rendahnya legitimasi social korporasi di hadapan *stakeholder* sosialnya.
3. Dapat dinilai dari meningkatnya nilai saham.
4. Dapat dilihat dari capaian program hasil evaluasi teknis lapangan.

Fakta diatas bertentangan dengan teori yang menyatakan bahwa jika perusahaan rutin melakukan CSR yang sesuai dengan bisnis utamanya dan melakukannya dengan konsisten dan rutin, masyarakat bisnis (investor, kreditur, dan lain-lain), pemerintah, akademisi, maupun konsumen akan makin mengenal perusahaan. Maka permintaan terhadap saham perusahaan akan naik dan otomatis harga saham perusahaan juga meningkat.<sup>23</sup>

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk meneliti apakah CSR mempengaruhi nilai perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia. Oleh karena itu penulis mengambil judul penelitian **Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan yang Terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI).**

---

<sup>22</sup> Dody Prayogo dalam Irham Fahmi, “*Etika Bisnis*”, (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 85

<sup>23</sup> Muljati dalam Totok Mardikanto, *CSR (Corporate Social Responsibility)...*, h. 137

## **B. Batasan Masalah**

Agar penelitian ini lebih terfokus maka peneliti membatasi penelitian ini pada:

1. Manfaat CSR yang dimaksudkan pada penelitian ini adalah CSR dapat meningkatkan harga saham.
2. Nilai perusahaan yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah harga saham.
3. Objek penelitian hanya dilakukan pada perusahaan Persero yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) dan sahamnya aktif diperdagangkan selama periode 2012-2015.

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah dapat dibuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI)?
2. Seberapa besar pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI)?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Tujuan umum:

Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI).

2. Tujuan khusus:

a. Untuk mengetahui *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI).

b. Untuk mengetahui Seberapa besar pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI).

#### **E. Kegunaan Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Secara teoritis:

Sebagai tambahan informasi tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR). Terutama masalah pengaruhnya terhadap nilai perusahaan.

2. Secara praktis:

a. Bagi perusahaan untuk lebih memperhatikan dan menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) demi keberhasilan perusahaan itu sendiri.

- b. Bagi masyarakat penerapan CSR dapat mempermudah mereka dalam memilih perusahaan mana yang tepat untuk dijadikan tempat berinvestasi.

#### **F. Penelitian Terdahulu**

Penelitian yang dilakukan oleh Rimba Kusumadilaga, 2010, "*Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)*".

Masalah besar kecilnya CSR mempengaruhi nilai perusahaan dan masalah nilai CSR yang rendah pada saat tingkat profitabilitas tinggi dengan menggunakan metode kuantitatif. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini menyatakan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan, profitabilitas sebagai variable moderating tidak dapat mempengaruhi hubungan pengungkapan CSR dan nilai perusahaan.<sup>24</sup>

Persamaan penelitian yang dilakukan Rimba Kusumadilaga dengan penelitian yang saya lakukan yaitu variabel X sama-sama tentang CSR, variabel Y sama-sama tentang Nilai Perusahaan, dan sama-sama ingin menguji apakah variabel X berpengaruh terhadap variabel Y. Sedangkan perbedaan penelitian yang dilakukan Rimba Kusumadilaga dengan penelitian yang saya lakukan terletak pada variabel dan objeknya. Dimana pada penelitian Rimba Kusumadilaga menggunakan variabel moderating

---

<sup>24</sup> Rimba Kusumadilaga, 2010, "*Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia)*", (S-1, Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro, Semarang, 2010)

sedangkan yang saya tidak menggunakan variable moderating dan Rimba Kusumadilaga mengangkat objek penelitian di Bursa Efek Indonesia sedangkan objek penelitian saya di Indek Saham Syariah Indonesia (ISSI).

Penelitian yang dilakukan oleh Arik Novia Andriyani, 2013, "*Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating*". Masalah citra perusahaan saat dilakukan pengungkapan CSR metode kuantitatif. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sedangkan, profitabilitas tidak mampu memoderasi hubungan CSR terhadap nilai perusahaan.<sup>25</sup> Persamaan penelitian yang dilakukan Arik Novia Andriyani dengan penelitian yang saya lakukan yaitu variabel X sama-sama tentang CSR, variabel Y sama-sama tentang Nilai Perusahaan, dan sama-sama ingin menguji apakah variabel X berpengaruh terhadap variabel Y. Sedangkan perbedaan penelitian yang dilakukan Arik Novia Andriyani dengan penelitian yang saya lakukan terletak pada variable dan objeknya. Dimana pada penelitian Arik Novia Andriyani menggunakan variabel moderating sedangkan yang saya tidak menggunakan variable moderating dan Arik Novia Andriyani mengangkat objek penelitian di Bursa Efek Indonesia sedangkan objek penelitian saya di Indek Saham Syariah Indonesia (ISSI).

Penelitian yang dilakukan oleh Gusti Ayu Made Ervina Rosiana, 2013, "*Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan*

---

<sup>25</sup> Arik Novia Andriyani, "*Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating*", Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi, Vol. 2. No.5 (2013)

*Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi*". Masalah sejauh mana pengungkapan sosial (CSR) mampu mempengaruhi pandangan *stakeholder* tentang nilai perusahaan dengan metode kuantitatif. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini menyatakan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas mampu memperkuat pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.<sup>26</sup> Persamaan penelitian yang dilakukan Gusti Ayu Made Ervina Rosiana dengan penelitian yang saya lakukan yaitu variabel X sama-sama tentang CSR, variabel Y sama-sama tentang Nilai Perusahaan, dan sama-sama ingin menguji apakah variabel X berpengaruh terhadap variabel Y. Sedangkan perbedaan penelitian yang dilakukan Gusti Ayu Made Ervina Rosiana dengan penelitian yang saya lakukan terletak pada variabel dan objeknya. Dimana pada penelitian Gusti Ayu Made Ervina Rosiana menggunakan variabel moderating sedangkan yang saya tidak menggunakan variabel moderating dan Gusti Ayu Made Ervina Rosiana mengangkat objek penelitian di Bursa Efek Indonesia sedangkan objek penelitian saya di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI).

---

<sup>26</sup> Gusti Ayu Made Ervina Rosiana, 2013, "*Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi*", *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 5.3 (2013)

## BAB II

### KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR

#### A. Pengertian Nilai

Nilai adalah sesuatu yang memungkinkan individu atau kelompok sosial membuat keputusan mengenai apa yang ingin dicapai atau sebagai sesuatu yang dibutuhkan. Secara dinamis, nilai dipelajari dari produk sosial dan secara perlahan diinternalisasikan oleh individu serta diterima sebagai milik bersama dengan kelompoknya. Nilai ialah standar konseptual yang relatif stabil, dimana secara *eksplisit* maupun *implisit* membimbing individu dalam menentukan tujuan yang ingin dicapai.<sup>27</sup>

#### B. Pengertian Perusahaan

Perusahaan adalah istilah ekonomi yang dipakai dalam Kitab Undang-undang Hukum Dagang (KUHD) dan Peraturan Perundang-undangan di luar KUHD. Tetapi terminologi dari perusahaan itu sendiri tidak dijelaskan pengertiannya secara resmi. Para ahli ekonomi secara umum memberikan pengertian bahwa perusahaan adalah suatu unit kegiatan yang melakukan aktivitas pengelolaan faktor-faktor produksi, untuk menyediakan barang-barang dan jasa bagi masyarakat, mendistribusikan serta melakukan upaya-upaya lain dengan tujuan memperoleh keuntungan dan memuaskan kebutuhan masyarakat.<sup>28</sup>

---

<sup>27</sup> <http://www.pengertianpakar.com/2015/03/pengertian-nilai-dan-macam-macam-nilai.html#> , pada hari Kamis, tanggal 23 Maret 2017, Pukul 20.00 WIB

<sup>28</sup> Totok Mardikanto, *CSR (Corporate Social Responsibility)(Tanggungjawab Sosial Korporasi)*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 7



Pada peraturan lain di luar KUHD, istilah perusahaan dijelaskan di dalam UU No.3 Tahun 1982, tentang Wajib Daftar Perusahaan pada pasal 1 huruf (b), disebutkan bahwa definisi perusahaan adalah setiap jenis usaha yang bersifat tetap dan terus-menerus dan didirikan, bekerja, serta berkedudukan dalam wilayah Negara Indonesia untuk memperoleh keuntungan atau laba.

Dari pengertian-pengertian tentang perusahaan tersebut, maka dapat dilihat bahwa dalam pengertian perusahaan tercakup 2 hal pokok yakni: *Pertama*, bentuk usaha berupa organisasi atau badan usaha, dan *Kedua*, jenis usaha berupa kegiatan dalam bidang perekonomian yang dilakukan secara terus menerus oleh pengusaha untuk memperoleh keuntungan atau laba. Aktivitas berbagai perusahaan yang beroperasi secara formal haruslah memiliki badan hukum tertentu. Hal ini penting agar perusahaan tersebut memiliki legalitas untuk menjalankan kegiatannya. Lebih dari itu tiap-tiap dari jenis badan hukum yang dipilih memiliki batasan tugas, wewenang, dan tanggung jawab masing-masing. Kemudian juga memiliki keleluasaan dalam menjalankan aktivitasnya termasuk tanggung jawabnya terhadap pihak yang berkepentingan dengan perusahaan.<sup>29</sup>

Keberadaan badan hukum perusahaan akan melindungi perusahaan dari segala tuntutan akibat aktivitas yang dijalankan. Tuntutan ini akan berakibat dapat merugikan perusahaan apabila ternyata legalitas badan hukum perusahaan tidak dimiliki atau bahkan tidak sah. Yang lebih parah

---

<sup>29</sup> Totok Mardikanto, *CSR (Corporate Social ...*, h. 11

kerugian akan menyebabkan kebangkrutan usaha yang dijalankan, dan yang paling penting adalah keberadaan badan hukum perusahaan memberikan kepastian berusaha, sehingga rasa was-was akan pelanggaran hukum akan terhindar, mengingat badan hukum perusahaan memiliki rambu-rambu yang harus dipatuhi. Artinya, bahwa dengan memiliki badan hukum, maka perusahaan akan memenuhi kewajiban dan hak terhadap berbagai pihak yang berkaitan dengan perusahaan baik yang ada di dalam maupun di luar perusahaan.<sup>30</sup> Dalam praktiknya terdapat beberapa jenis bentuk badan usaha yang dapat dipilih, yaitu:

1. Perusahaan Perseorangan

Perusahaan perseorangan merupakan bentuk badan hukum yang hanya dimiliki oleh satu orang dan menanggung seluruh risiko secara pribadi. Manajemen perusahaan dikelola pemilik yang berfungsi sebagai direktur atau manajer atau bahkan sekaligus sebagai pelaksana harian di perusahaan tersebut. Pemilik merupakan aktor yang utama dalam mengambil setiap kebijakan dan keputusan perusahaan. Kemudian juga dalam hal pengelolaan aktivitas perusahaan sehari-hari, termasuk melakukan hubungan dengan para pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan.<sup>31</sup> Dalam praktiknya pemilihan bentuk badan hukum perseorangan ini dilakukan oleh pemilik modal kecil dan jenis kegiatan usaha yang relatif kecil atau khusus.

---

<sup>30</sup> Kasmir, *Pengantar Manajemen Keuangan*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2010), h. 26

<sup>31</sup> Kasmir, *Pengantar Manajemen ...*,h. 29

## 2. Firma (fa) dan Perseroan Komanditer (CV)

Firma adalah perusahaan yang didirikan oleh dua orang atau lebih dan menjalankan perusahaan atas nama perusahaan. Atau dengan kata lain firma akan terbentuk bila terdapat dua orang atau lebih bersekutu untuk menjalankan suatu perusahaan. Perseroan komanditer merupakan persekutuan yang didirikan atas dasar kepercayaan. CV merupakan salah satu bentuk usaha yang dapat dipilih oleh para pengusaha yang ingin melakukan kegiatan usaha dengan modal yang terbatas.<sup>32</sup>

## 3. Perseroan Terbatas (PT)

Perseroan terbatas (PT) adalah badan hukum perusahaan yang paling banyak digunakan dan diminati oleh para pengusaha. Penyebabnya adalah karena badan hukum jenis ini memiliki banyak kelebihan jika dibandingkan dengan badan hukum lainnya. Dalam praktiknya kita mengenal berbagai macam jenis-jenis perseroan terbatas.<sup>33</sup> Berikut ini jenis perseroan erbatas dilihat dari berbagai sudut pandang, yakni:

### a. Dilihat dari segi kepemilikan

#### a) Perseroan Terbatas Biasa

Merupakan PT di mana para pendiri, pemegang saham dan pengurusnya adalah warga Negara Indonesia dan badan hukum Indonesia (dalam pengertian tidak ada modal asing).

---

<sup>32</sup> Kasmir, *Pengantar Manajemen ...*, h. 33

<sup>33</sup> Kasmir, *Pengantar Manajemen ...*, h. 37

b) Perseroan Terbatas Terbuka

Merupakan PT yang didirikan dalam rangka penanaman modal dan dimungkinkan warga negara asing dan/atau badan hukum asing menjadi pendiri, pemegang saham, dan/atau pengurusnya dari PT tersebut.

c) Perseroan Terbatas PERSERO

Merupakan PT yang dimiliki oleh pemerintah melalui Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Perseroan terbatas jenis ini sebagian besar pengaturannya tunduk pada ketentuan tentang Badan Usaha Milik Negara. Biasanya perusahaan jenis ini kata persero ditulis di belakang nama perseroan terbatas tersebut.<sup>34</sup>

b. Dilihat dari segi status perseroan terbatas dibagi dalam:

a) Persroan Tertutup

Perseroan tertutup merupakan perseroan terbatas yang modal dan jumlah pemegang sahamnya memenuhi kriteria tertentu atau perseroan dan tidak melakukan penawaran umum.

b) Perseroan Terbuka

Perseroan terbuka adalah perseroan yang modal dan jumlah pemegang sahamnya memenuhi kriteria tertentu atau perseroan yang melakukan penawaran umum, sesuai

---

<sup>34</sup> Kasmir, *Pengantar Manajemen ...*, h. 38

dengan peraturan perundang-undangan di bidang pasar modal. Pemberian nama PT jenis ini biasanya disertai dengan singkatan “Tbk”.

#### 4. Koperasi dan Yayasan

Koperasi merupakan badan usaha yang terdiri dari kumpulan orang-orang yang bertujuan untuk mensejahterakan para anggotanya, walaupun dalam praktiknya koperasi juga melayani kepentingan umum. Yayasan merupakan badan usaha yang tidak bertujuan untuk mencari keuntungan dan lebih menekankan usahanya pada tujuan sosial. Modal berasal dari sumbangan, wakaf, hibah, atau sumbangan lainnya.<sup>35</sup>

### C. Pengertian Nilai Perusahaan

Pengertian nilai perusahaan merupakan kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk dari permintaan dan penawaran di pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan. Nilai perusahaan dapat diukur melalui nilai harga saham di pasar, berdasarkan terbentuknya harga saham perusahaan di pasar, yang merupakan refleksi penilaian oleh publik terhadap kinerja perusahaan secara *rill*. Dikatakan secara *rill* karena terbentuknya harga saham di pasar merupakan bertemunya titik-titik kestabilan kekuatan permintaan dan titik-titik kekuatan kestabilan kekuatan penawaran harga yang secara *rill* terjadi transaksi jual beli surat berharga di pasar modal

---

<sup>35</sup> Kasmir, *Pengantar Manajemen ...*, h. 40

antara para penjual (emiten) dan para investor, atau sering disebut sebagai *ekuilibrium* pasar. Oleh karena itu, dalam teori keuangan pasar modal harga saham di pasar disebut sebagai konsep nilai perusahaan.<sup>36</sup>

Tujuan perusahaan yang dirangkum dari pendapat beberapa ahli keuangan yaitu<sup>37</sup>:

1. Memaksimalkan nilai perusahaan

Tujuan manajer keuangan dalam hal memaksimalkan nilai perusahaan adalah memaksimalkan nilai saham perusahaan. Batasan tujuan pemaksimalan nilai perusahaan secara umum menunjukkan pemaksimalan harga saham, dengan demikian konsep nilai perusahaan dapat diproksikan melalui harga saham perusahaan. Tercapai tidaknya tujuan ini dapat dilihat dan diukur dari harga saham perusahaan yang bersangkutan dari waktu ke waktu. Bagi perusahaan yang menerbitkan saham di pasar modal, harga saham yang diperjual-belikan di bursa merupakan indikator nilai perusahaan.<sup>38</sup>

2. Maksimalisasi laba

Maksimalisasi laba adalah memaksimalkan penghasilan perusahaan setelah pajak. Dengan laba yang maksimal, maka tujuan mensejahterakan para *stakeholder* akan mudah tercapai.

---

<sup>36</sup> Harmono, *Manajemen Keuangan*, (Jakarta: PT BUmi Aksara, 2014), h. 50

<sup>37</sup> Kasmir, *Pengantar Manajemen Keuangan*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2010), h. 8

<sup>38</sup> Suad Husnan, *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2015), h. 7

3. Menciptakan kesejahteraan bagi *stakeholder*

Tujuan membangun kesejahteraan bagi *stakeholder* adalah meningkatkan kualitas hidup melalui peningkatan kesejahteraan dan kesehatan kepada pemegang saham, manajemen, pelanggan, kreditor, *supplier*, dan masyarakat. Kesejahteraan pemegang saham akan meningkat dengan meningkatnya nilai perusahaan. Artinya, dengan meningkatnya nilai perusahaan berarti akan meningkatkan nilai saham yang dimilikinya baik dari segi harta, maupun perolehan pembagian dividen.

4. Menciptakan citra perusahaan

Tujuan meningkatkan citra perusahaan adalah mengubah *image* (pandangan) masyarakat dan pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan, sehingga memiliki sikap dan pandangan yang positif terhadap perusahaan. Dengan demikian, segala aktivitas perusahaan akan memperoleh kepercayaan dari berbagai pihak dan diharapkan umur hidup perusahaan akan bertambah panjang.

5. Meningkatkan tanggung jawab sosial

Meningkatnya nilai saham perusahaan ikut meningkatkan keuntungan perusahaan. Dalam hal ini perusahaan harus menyisihkan keuntungan tersebut kepada masyarakat dan lingkungannya, melalui tanggung jawab sosial. Tanggung jawab sosial perusahaan tersebut dituangkan

dalam Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau lebih dikenal dengan nama *Corporate Social Responsibility (CSR)*.<sup>39</sup>

#### **D. Pengertian *Corporate Social Responsibility (CSR)***

*World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* mendefinisikan CSR sebagai komitmen bisnis untuk berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, bekerja dengan karyawan, keluarga mereka, dan masyarakat lokal.<sup>40</sup> Definisi formal dari tanggung jawab sosial (*social responsibility*) adalah kewajiban manajemen untuk membuat pilihan dan mengambil tindakan yang berperan dalam mewujudkan kesejahteraan dan masyarakat. Kewajiban tersebut dapat berbentuk perhatian perusahaan pada masyarakat sekeliling maupun tanggungjawab pada pemerintah dalam bentuk membayar pajak secara jujur dan tepat waktu.<sup>41</sup>

Secara umum, *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan.<sup>42</sup> Secara konseptual, CSR adalah sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis mereka dan dalam

---

<sup>39</sup>Kasmir, *Pengantar Manajemen...*, h. 9

<sup>40</sup>Totok Mardikanto, *CSR (Corporate Social Responsibility)(Tanggungjawab Sosial Korporasi)*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 93

<sup>41</sup>Irham Fahmi, *Manajemen Strategis*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 293

<sup>42</sup>DR. Elvinaro Ardianto dan DRS. Dindin M. Machfudz, *Efek Kedermawanan Pebisnis dan CSR*, (Jakarta: PT Gramedia, 2011), h. 34



interaksi mereka dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan.<sup>43</sup>

Penelitian Waldman menjelaskan mengenai konsep tanggung jawab sosial, yaitu<sup>44</sup>:

1. Aktivitas tanggung jawab sosial yang dijadikan sebagai pelayanan sukarela atau bersifat *charity* pada masyarakat disekitar perusahaan.
2. Kegiatan yang dilaksanakan sebagai upaya menjalin hubungan baik dengan anggota masyarakat sehingga dapat mengurangi efek negative yang ditimbulkan karena keberadaan perusahaan.
3. Tujuan program tanggung jawab sosial perusahaan berkaitan keberlangsungan jangka panjang perusahaan (*long-term sustainability of a firm*).

#### **E. Tujuan Corporate Social Responsibility (CSR)**

Beberapa tujuan Corporate Social Responsibility (CSR) diantaranya, yaitu<sup>45</sup>:

1. Membantu meningkatkan kualitas kesejahteraan komunitas, khususnya komunitas lokal yang berbeda di sekitar operasi wilayah perusahaan, sehingga terjadi hubungan yang harmonis antara keduanya.
2. Menciptakan komunikasi dua arah yang efektif dengan *stakeholder*.

---

<sup>43</sup> Irham Fahmi, "*Etika Bisnis*", (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 81

<sup>44</sup> Waldman dalam Danang Sunyoto dan Wika Harisa Putri, *Etika Bisnis*, (Yogyakarta: CAPS, 2016), h. 108

<sup>45</sup> DR. Elvinaro Ardianto dan DRS. Dindin M. Machfudz, *Efek Kedermawanan...*, h. 298

3. Menjaga dan menciptakan citra dan reputasi perusahaan yang positif sebagai perusahaan yang peduli pada kondisi komunitas.
4. Mengembangkan kegiatan CSR yang mengarah pada upaya pembangunan berkelanjutan yang menunjang *core* bisnis perusahaan.

**F. Komponen program *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Komponen program CSR yang didanai oleh kebanyakan perusahaan adalah<sup>46</sup>:

1. **Komponen Sosial**  
Diadakan sesuai dengan kebutuhan dan kesepakatan kelompok sasaran.
2. **Komponen Ekonomi**  
Kredit mikro (*revolving fund*), modal investasi sistem
3. **Komponen Infrastruktur atau Lingkungan**  
Perawatan, perbaikan, serta pembangunan sarana dan prasarana dasar lingkungan termasuk pelestarian lingkungan sesuai dengan kebutuhan
4. *Charity* atau sumbangan

**G. Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) merupakan salah satu dari beberapa tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan (*stakeholders*). Yang dimaksud pemangku kepentingan dalam hal ini adalah orang atau kelompok yang dapat mempengaruhi atau dapat dipengaruhi oleh

---

<sup>46</sup> DR. Elvinaro Ardianto dan DRS. Dindin M. Machfudz, *Efek Kedermawanan...*, h. 298

berbagai keputusan, kebijakan, maupun operasi perusahaan.<sup>47</sup> Pelaksanaan program CSR akan memberikan dampak positif, tidak hanya bagi operasional perusahaan akan tetapi juga bagi kelangsungan *eksistensi* perusahaan.<sup>48</sup>

Manfaat CSR bagi masyarakat, pemerintah, dan perusahaan yaitu<sup>49</sup>:

1. Manfaat CSR bagi Masyarakat

*Corporate Social Responsibility* CSR adalah tentang bagaimana perusahaan mengelola proses bisnis untuk menghasilkan dampak positif secara keseluruhan pada masyarakat. Dengan memperhatikan masyarakat, perusahaan dapat berkontribusi terhadap peningkatan kualitas hidup masyarakat. Menurut Clark manfaat CSR bagi komunitas yaitu<sup>50</sup>:

- a. Peluang penciptaan kesempatan kerja, pengalaman kerja, dan pelatihan.
- b. Pendanaan investasi komunitas, pengembangan infrastruktur
- c. Keahlian komersial
- d. Kompetensi teknis dan personal individual pekerja yang terlibat
- e. *Representasi* bisnis sebagai promosi bagi prakarsa-prakarsa komunitas.

---

<sup>47</sup>Totok Mardikanto, *CSR (Corporate Social Responsibility)(Tanggungjawab Sosial Korporasi)*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 130

<sup>48</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis*, (Jakarta: Penebat Plus, 2012), h. 220

<sup>49</sup> Totok Mardikanto, *CSR (Corporate Social ...)*, h. 132

<sup>50</sup> Clark dalam Totok Mardikanto, *CSR (Corporate Social Responsibility...)*, h. 134

Intinya manfaat CSR bagi masyarakat yaitu dapat mengembangkan diri dan usahanya sehingga sasaran untuk mencapai kesejahteraan tercapai.

## 2. Manfaat bagi Pemerintah

Pelaksanaan CSR juga memberikan manfaat bagi pemerintah. Melalui CSR akan tercipta hubungan antara pemerintah dan perusahaan dalam mengatasi berbagai masalah social, seperti kemiskinan, rendahnya kualitas pendidikan, minimnya akses kesehatan dan lain sebagainya.<sup>51</sup> Terkait dengan hal itu, kehadiran CSR cukup banyak memberikan kontribusi kepada pemerintah, dalam bentuk:

- a. Dukungan pembiayaan, utamanya karena keterbatasan anggaran pemerintah untuk membiayai pembangunan yang berkaitan dengan penanggulangan kemiskinan.
- b. Dukungan sarana dan prasarana (ekonomi, kesehatan, pendidikan atau pelatihan, tempat ibadah, sarana olahraga, kesenian, dan lain-lain), baik yang (sudah) dimiliki maupun yang dibangun melalui kegiatan CSR.
- c. Dukungan keahlian, melalui keterlibaan personil perusahaan utamanya pada kegiatan pengembangan kapasitas masyarakat.

---

<sup>51</sup> Totok Mardikanto, *CSR (Corporate Social Responsibility....*, h. 135

- d. Keterlibatan pegiat LSM dalam kegiatan CSR, merupakan sumber belajar, utamanya dalam menumbuhkan, menggerakkan, dan memelihara partisipasi masyarakat dalam pembangunan.

### 3. Manfaat CSR bagi Perusahaan

Perusahaan yang menerapkan CSR dengan benar akan mendapatkan dampak positif bagi keberlangsungan perusahaan itu sendiri.<sup>52</sup> Menurut Muljati, manfaat CSR bagi perusahaan yaitu<sup>53</sup>:

#### a. Meningkatkan Citra Perusahaan

Dengan melakukan kegiatan CSR, konsumen dapat lebih mengenal perusahaan sebagai perusahaan yang selalu melakukan kegiatan yang baik bagi masyarakat.

#### b. Memperkuat “*Brand*” Perusahaan

Melalui kegiatan memberikan *product knowledge* kepada konsumen dengan cara membagikan produk secara gratis, dapat menimbulkan kesadaran konsumen akan keberadaan produk perusahaan sehingga dapat meningkatkan porsi *brand* perusahaan.

#### c. Mengembangkan Kerja Sama Dengan Para Pemangku Kepentingan

Dalam melaksanakan kegiatan CSR, perusahaan tentunya tidak mampu mengerjakan sendiri, jadi harus dibantu dengan para pemangku kepentingan, seperti pemerintah daerah, masyarakat,

---

<sup>52</sup> Totok Mardikanto, *CSR (Corporate Social Responsibility)...*, h. 136

<sup>53</sup> Muljati (2011) dalam Totok Mardikanto, *CSR (Corporate Social Responsibility)...*, h. 136

dan universitas lokal. Maka perusahaan dapat membuka relasi yang baik dengan para pemangku kepentingan tersebut.<sup>54</sup>

d. Membedakan Perusahaan Dengan Pesaingnya

Jika CSR dilakukan sendiri oleh perusahaan, perusahaan mempunyai kesempatan menonjolkan keunggulan komparatifnya sehingga dapat membedakannya dengan pesaing yang menawarkan produk atau jasa yang sama.

e. Menghasilkan Inovasi dan Pembelajaran Untuk Meningkatkan Pengaruh Perusahaan

Memilih kegiatan CSR yang sesuai dengan kegiatan utama perusahaan memerlukan kreativitas. Merencanakan CSR secara konsisten dan berkala dapat memicu inovasi dalam perusahaan yang pada akhirnya dapat meningkatkan peran dan posisi perusahaan dalam bisnis global.

f. Membuka Akses Untuk Investasi dan Pembiayaan Bagi Perusahaan

Para investor saat ini sudah memiliki kesadaran akan pentingnya berinvestasi pada perusahaan yang telah melakukan CSR. Demikian juga penyedia dana, seperti perbankan, lebih memprioritaskan pemberian bantuan dana pada perusahaan yang melakukan CSR.

---

<sup>54</sup> Muljati (2011) dalam Totok Mardikanto, *CSR (Corporate Social Responsibility...)*, h. 137

g. Meningkatkan Harga Saham

Pada akhirnya jika perusahaan rutin melakukan CSR yang sesuai dengan bisnis utamanya dan melakukannya dengan konsisten dan rutin, masyarakat bisnis (investor, kreditur, dan lain-lain), pemerintah, akademisi, maupun konsumen akan makin mengenal perusahaan. Maka permintaan terhadap saham perusahaan akan naik dan otomatis harga saham perusahaan juga meningkat.<sup>55</sup>

**H. Lingkup Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Golodets merinci tujuh prioritas kegiatan CSR yang meliputi<sup>56</sup>:

1. Praktik bisnis yang sehat

Mengembangkan bisnis demi kesejahteraan masyarakat, mitigasi biaya social dalam ekspansi bisnis, dan meningkatkan efisiensi kerja ditingkat lokal.

2. Pengembangan personil

Dengan menawarkan kompensasi dan tunjangan yang kompetitif dan investasi dalam modal manusia.

3. Kesehatan dan keselamatan

Memperkenalkan dan mempertahankan standar kesehatan dan keselamatan, melampaui yang diharuskan oleh hukum.

4. Pengelolaan lingkungan dan tabungan sumber daya

---

<sup>55</sup> Muljati (2011) dalam Totok Mardikanto, *CSR (Corporate Social Responsibility....*, h. 137

<sup>56</sup> Golodets dalam Totok Mardikanto, *CSR (Corporate Social Responsibility....*, h. 152

Melalui penerapan program yang relevan untuk mengurangi dampak lingkungan yang merugikan.

5. *Restrukturisasi* tanggungjawab sosial

Melakukan bisnis dan *restrukturisasi* dengan cara-cara yang dapat diterima oleh masyarakat setempat.

6. Mendukung masyarakat lokal

Membantu masyarakat lokal untuk meningkatkan *manajerial* dan *efisiensi* pembangunan.

7. Mendorong kegiatan-kegiatan amal dan kerja sukarela

Memperkenalkan kerangka operasional untuk proyek-proyek amal yang efektif, mendorong keterlibatan pribadi, dan mendukung pekerjaan sukarela.

Kotler dan Lee mengidentifikasi enam pilihan program bagi perusahaan untuk melakukan inisiatif dan aktivitas yang berkaitan dengan berbagai masalah sosial sekaligus sebagai wujud komitmen dari CSR.<sup>57</sup> Keenam inisiatif sosial tersebut yaitu:

1. *Cause promotion* dalam bentuk memberikan kontribusi dana atau penggalangan dana untuk meningkatkan kesadaran akan masalah-masalah sosial tertentu seperti, misalnya bahaya narkoba.
2. *Cause related marketing* bentuk kontribusi perusahaan dengan menyisihkan sepersekian persen dari pendapatn sebagai donasi bagi

---

<sup>57</sup> Kotler dan Lee dalam Totok Mardikanto, *CSR (Corporate Social Responsibility....*, h. 154



masalah sosial tertentu, untuk periode waktu tertentu atau produk tertentu.

3. *Corporate social marketing* di sini perusahaan membantu pengembangan maupun implementasi dari kampanye dengan fokus untuk mengubah perilaku tertentu yang mempunyai pengaruh negatif, seperti misalnya kebiasaan berlalu lintas yang beradab.
4. *Corporate phylantrophy* adalah inisiatif perusahaan dengan memberikan kontribusi langsung kepada suatu aktivitas amal, lebih sering dalam bentuk donasi ataupun sumbangan tunai.
5. *Community volunteering* dalam aktivitas ini perusahaan memberikan bantuan dan mendorong karyawan, serta mitra bisnisnya untuk secara sukarela terlibat dan membantu masyarakat setempat.
6. *Socially responsible business practices*, adalah inisiatif perusahaan mengadopsi dan melakukan bisnis tertentu serta investasi yang ditujukan untuk meningkatkan kualitas komunitas dan melindungi lingkungan.

Selanjutnya suatu kegiatan disebut CSR atau tanggungjawab sosial perusahaan bila memiliki sejumlah unsur-unsur berikut<sup>58</sup>:

1. *Continuity and sustainability* atau berkesinambungan dan berkelanjutan merupakan unsur vital dari CSR. Suatu kegiatan amal yang berdasarkan *trend* ataupun *incidental* bukanlah CSR. CSR merupakan hal yang bercirikan pada *long term perspective*, bukan

---

<sup>58</sup> Totok Mardikanto, *CSR (Corporate Social Responsibility....)*, h. 156

*instant, happening* ataupun *booming*. CSR adalah suatu kegiatan yang terencanakan, sistematis, dan dapat dievaluasi.

2. *Community empowerment* atau pemberdayaan masyarakat. Hal inilah yang membedakan CSR dengan kegiatan yang bersifat *charity* ataupun *philanthropy* semata. Kegiatan kedermawaan meskipun membantu masyarakat, tetapi tidak menjadikan masyarakat tersebut mandiri. Salah satu indikasi kesuksesan program CSR adalah adanya kemandirian yang lebih pada masyarakat dibandingkan sebelum adanya program CSR.
3. *Two ways*, program CSR itu bersifat dua arah. Perusahaan tidak berperan sebagai komunikator saja, tetapi juga harus mampu sebagai komunikan yang mendengarkan aspirasi masyarakat, dengan melakukan *need assessment*, yaitu mengetahui *needs, desires, interest*, dan *wants* dari masyarakat.

#### **I. Indikator Keberhasilan *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Untuk mengukur keberhasilan penerapan CSR pada suatu perusahaan ada beberapa indikator yang dapat kita jadikan acuan. Menurut Dody Prayogo ada empat indikator keberhasilan CSR yang dapat dilihat, yaitu<sup>59</sup>:

1. Secara umum, keberhasilan CSR dapat dilihat dari capaian nilai etika yang dikandungnya yaitu turut menegakkan *social justice, sustainability*, dan *equity*.

---

<sup>59</sup> Dody Prayogo dalam Irham Fahmi, "*Etika Bisnis*", (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 85

2. Secara sosial, keberhasilan CSR dapat dinilai dari tinggi rendahnya legitimasi social korporasi dihadapan *stakeholder* sosialnya.
3. Secara bisnis, keberhasilan CSR dapat dinilai dari meningkatnya nilai saham akibat peningkatan *corporate social image*.
4. Secara teknis, keberhasilan CSR dapat dilihat dari capaian program hasil evaluasi teknis lapangan.

#### **J. CSR Menurut Ekonomi Islam**

Dalam perspektif Islam, CSR merupakan realisasi dari konsep ajaran ihsan sebagai puncak dari ajaran etika yang sangat mulia. Ihsan merupakan melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain demi mendapat ridho Allah SWT. Disamping itu, CSR merupakan implikasi dari ajaran kepemilikan dalam Islam, Allah adalah pemilik mutlaq (haqiqiyah) sedangkan manusia hanya sebatas pemilik sementara (temporer) yang berfungsi sebagai penerima amanah. Maka dengan mengemban amanah, individu maupun kelompok harus dapat menjadi khalifah yang dapat berbuat keadilan, bertanggung jawab dan melakukan perbuatan yang bermanfaat. CSR ternyata selaras dengan pandangan Islam tentang manusia dalam hubungan dengan dirinya sendiri dan lingkungan sosialnya, dapat dipresentasikan dengan empat aksioma yaitu kesatuan (tauhid), keseimbangan (*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*) dan tanggung jawab (*responsibility*).

Menurut Muhammad Djakfar, pelaksanaan CSR dalam Islam secara rinci harus memenuhi beberapa unsur yang menjadikan ruh sehingga dapat

membedakan CSR dalam perspektif Islam dengan CSR secara universal yaitu.<sup>60</sup>

a. Al-adl

Islam telah mengharamkan setiap hubungan bisnis atau usaha yang mengandung kezaliman dan mewajibkan terpenuhinya keadilan yang teraplikasikan dalam hubungan usaha dan kontrak-kontrak serta perjanjian bisnis sifat keseimbangan atau keadilan dalam bisnis adalah korporat mampu menempatkan segala sesuatu pada tempatnya. Dalam beraktifitas di dunia bisnis, Islam mengharuskan berbuat adil yang diarahkan kepada hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta. Jadi, keseimbangan alam dan keseimbangan sosial harus tetap terjaga bersamaan dengan operasional usaha bisnis, dalam Al-qur'an Surat Huud ayat 85. Islam juga melarang segala bentuk penipuan, gharar (spekulasi), najsi (iklan palsu), ihtikar (menimbun barang) yang akan merugikan pihak lain.

b. Al-ihsan

Islam hanya memerintahkan dan menganjurkan perbuatan yang baik bagi kemanusiaan, agar amal yang dilakukan manusia dapat memberi nilai tambah dan mengangkat derajat manusia baik individu maupun kelompok. Pelaksanaan CSR dengan semangat ihsan akan dimiliki ketika individu atau kelompok melakukan kontribusi dengan semangat ibadah dan berbuat karena atas ridho Allah SWT. Firman Allah SWT

---

<sup>60</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, (Malang: UIN Malang Press, 2007,)h.160

dalam Al- qur'an surat Al-Baqarah ayat 195. Ihsan adalah melakukan perbuatan baik, tanpa adanya kewajiban tertentu untuk melakukan untuk melakukan hal tersebut. Ihsan adalah *beauty* dan *perfection* dalam sistem sosial. Bisnis yang dilandasi unsur ihsan dimaksudkan sebagai proses niat, sikap dan perilaku yang baik, serta berupaya memberikan keuntungan lebih kepada *stakeholders*.

c. Manfaat

Konsep ihsan yang telah dijelaskan diatas seharusnya memenuhi unsur manfaat bagi kesejahteraan masyarakat (*internal* maupun *eksternal* perusahaan). Konsep manfaat dalam CSR, lebih dari aktivitas ekonomi. Perusahaan sudah seharusnya memberikan manfaat yang lebih luas dan tidak statis misalnya terkait bentuk *philantropi* dalam berbagai aspek sosial seperti pendidikan, kesehatan, pemberdayaan kaum marginal, pelestarian lingkungan.

d. Amanah

Dalam usaha bisnis, konsep amanah merupakan niat dan iktikad yang perlu diperhatikan terkait pengelolaan sumber daya (alam dan manusia) secara makro, maupun dalam mengemudikan suatu perusahaan seperti dijelaskan dalam Al-qur'an surat An-nisa ayat 58. Perusahaan yang menerapkan CSR harus memenuhi dan menjaga amanah dari masyarakat yang secara otomatis terbebani pundaknya misalnya menciptakan produk yang berkualitas, serta menghindari perbuatan yang tidak terpuji dalam setiap aktivitas bisnis. Amanah

dalam perusahaan dapat dilakukan dengan pelaporan dan transparan yang jujur kepada yang berhak, serta amanah dalam pembayaran pajak, pembayaran gaji karyawan. Amanah dalam skala makro dapat direalisasikan dengan melaksanakan perbaikan sosial dan menjaga keseimbangan lingkungan.

Menurut Islam, CSR yang dilakukan harus bertujuan untuk menciptakan kebajikan yang dilakukan bukan melalui aktivitas-aktivitas yang mengandung unsur riba, melainkan dengan praktik yang diperintahkan Allah berupa zakat, infak, sedekah, dan wakaf. CSR juga harus mengedepankan nilai kedermawanan dan ketulusan hati. Perbuatan ini lebih Allah cintai dari ibadah-ibadah mahdhah. Rasulullah SAW bersabda, “Memenuhi keperluan seorang mukmin lebih Allah cintai dari pada melakukan dua puluh kali haji dan pada setiap hajinya menginfakan ratusan ribu dirham dan dinar”. Dalam hadis lain, Rasulullah SAW juga bersabda, “Jika seorang muslim berjalan memenuhi keperluan sesama muslim, itu lebih baik baginya daripada melakukan tujuh puluh kali thawaf di Baitullah.”

Sejalan dengan makin meningkatnya pelaksanaan CSR dalam konteks Islam, maka makin meningkat pula keinginan untuk membuat pelaporan sosial yang bersifat syariah (*Islamic Social Reporting* atau ISR). Ada dua hal yang harus diungkapkan dalam perspektif Islam, yaitu: pengungkapan penuh (*full disclosure*) dan akuntabilitas sosial (*social accountability*). Indeks ISR merupakan tolak ukur pelaksanaan

tanggungjawab sosial perbankan syariah yang berisi kompilasi item-item standar CSR yang ditetapkan oleh AAOIFI (*Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions*)". ISR merupakan indeks tanggung jawab sosial yang telah diisikan dengan nilai-nilai dalam ekonomi Islam seperti zakat, status kepatuhan syariah dan transaksi yang sudah terbebas dari unsur riba dan gharar serta aspek-aspek sosial seperti sodaqoh, waqof, qordul hasan, serta pengungkapan peribadahan di lingkungan perusahaan.

#### **K. Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan**

Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan melalui kemakmuran pemilik atau para pemegang saham. Jika nilai sahamnya tinggi bisa dikatakan bahwa nilai perusahaannya juga tinggi. Implikasi naiknya harga saham menunjukkan naiknya nilai perusahaan.<sup>61</sup> Meningkatnya nilai saham perusahaan ikut meningkatkan keuntungan perusahaan. Dalam hal ini perusahaan harus menyisihkan keuntungan tersebut kepada masyarakat dan lingkungannya, melalui tanggung jawab sosial perusahaan yang dikenal dengan nama *Corporate Social Responsibility (CSR)*.<sup>62</sup>

Jika perusahaan rutin melakukan CSR yang sesuai dengan bisnis utamanya dan melakukannya dengan konsisten dan rutin, masyarakat bisnis (investor, kreditur, dan lain-lain), pemerintah, akademisi, maupun konsumen akan makin mengenal perusahaan. Maka permintaan terhadap

---

<sup>61</sup> Harmono, *Manajemen Keuangan*, (Jakarta: PT BUmi Aksara, 2014), h. 8

<sup>62</sup> Kasmir, *Pengantar Manajemen...*, h. 9

saham perusahaan akan naik dan otomatis harga saham perusahaan juga meningkat.<sup>63</sup> Oleh karena itu, Secara bisnis, keberhasilan CSR dapat dinilai dari meningkatnya nilai saham akibat peningkatan *corporate social image*.<sup>64</sup>

Salah satu bentuk praktik CSR seperti yang diterapkan oleh perusahaan maskapai penerbangan PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk, program yang dilakukan dengan slogan “Menghijaukan Bumi Pertiwi” sejak tahun 2007. Praktik CSR yang dilakukan ini bukan berarti tidak memiliki *feedback* terhadap perusahaan. *Image* positif dari para pemangku kepentingan dapat disarankan, serta membantu dalam pembangunan keberlanjutan. Hal itu merupakan apresiasi dan strategi berkelanjutan bagi perusahaan.<sup>65</sup>

Hasil analisis regresi yang dilakukan oleh Rimba Kusumadilaga diperoleh koefisien regresi untuk variable CSR sebesar 0,041 dan nilai t hitung sebesar 3,145 dengan signifikansi sebesar 0,003 yang nilai signifikansinya lebih kecil dari tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) = 5% atau 0,05 atau ternyata p-value  $0,003 < 0,05$ . Hasil ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.<sup>66</sup>

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Arik Novia Handriyani menunjukkan nilai t hitung sebesar 2,891 dan signifikansi probabilitasnya

---

<sup>63</sup> Totok Mardikanto, *CSR (Corporate Social Responsibility)...*, h. 137

<sup>64</sup> Irham Fahmi, “*Etika ...*”, h. 85

<sup>65</sup> Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), h. 31

<sup>66</sup> Rimba Kusumadilaga, 2010, “*Pengaruh Coorporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia)*”, (S-1, Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro, Semarang, 2010), h. 65



adalah 0,005 berada lebih rendah pada  $\alpha = 0,05$ . Hal ini berarti variabel CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.<sup>67</sup>

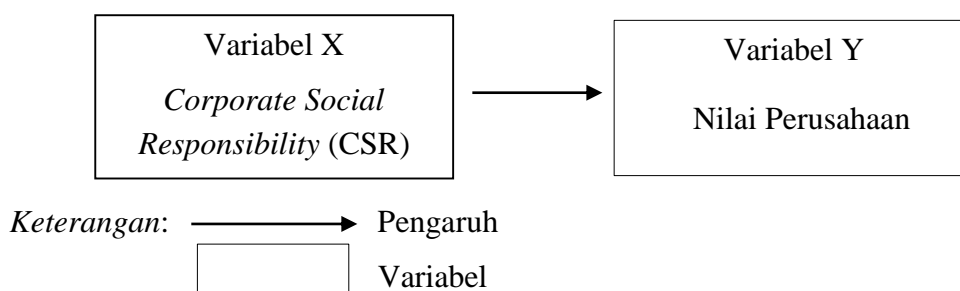
Penelitian yang dilakukan oleh Gusti Ayu Made Ervina Rosiana didapatkan hasil estimasi variabel pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan nilai t sebesar 5,794 dengan signifikansi senilai 0,000 yaitu di bawah 0,05 memiliki arti bahwa variabel pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.<sup>68</sup>

#### L. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengidentifikasi pengaruh *Corporate Social Responsibility Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI). Untuk lebih jelasnya kerangka berpikir dalam penelitian dapat divisualisasikan sebagai berikut:

**Gambar 2.1**

**Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan yang Terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI).**



<sup>67</sup>Arik Novia Andriyani, "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating", Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi, Vol. 2. No.5 (2013), h. 12

<sup>68</sup>Gusti Ayu Made Ervina Rosiana, 2013, "Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi", E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana 5.3 (2013), h. 732

### **M. Hipotesis**

H<sub>0</sub>: *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI).

H<sub>a</sub>: *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI).

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian terapan dengan menggunakan pendekatan *kuantitatif asosiatif*. Dalam penelitian ini menjelaskan pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan.

## **B. Variabel dan Definisi Operasional**

1. Variabel *Independen* (X) yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR)  
*Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan.
2. Variabel *Dependen* (Y) yaitu Nilai Perusahaan  
Nilai perusahaan merupakan kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk dari permintaan dan penawaran di pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan.

## **C. Populasi dan Sampel**

Populasi penelitian merupakan seluruh data perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) yaitu sebanyak 331 perusahaan. Sampel merupakan sebagian dari jumlah populasi tersebut yaitu sebanyak 10 perusahaan, diantaranya yaitu:

45

1. PT Adhi Karya (Persero) Tbk didirikan pada 11 Maret 1960 sebagai PN Adhi Karya. Pada tanggal 1 Juni 1974 berubah status menjadi Perseroan

Terbatas. Bidang usahanya yaitu konstruksi, EPC, *property*, dan *manufaktur precast*.<sup>69</sup>

2. PT Aneka Tambang (Persero) Tbk didirikan pada 5 Juli 1968. Kegiatan usahanya meliputi bidang eksplorasi, pengolahan dan pemurnian serta pemasaran bijih nikel, fironikel, emas, perak, bauksit, batubara, alumina, dan jasa pemurnian logam mulia.<sup>70</sup>
3. PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk didirikan pada 31 Maret 1950. Bidang usahanya yaitu jasa transportasi.<sup>71</sup>
4. PT Kimia Farma (Persero) Tbk merupakan perusahaan industri farmasi pertama di Indonesia yang di dirikan oleh Pemerintah Hindia Belanda tahun 1817.<sup>72</sup>
5. PT Semen Indonesia (Persero) Tbk didirikan pada 23 Maret 1953. Bidang usahanya yaitu industri semen.<sup>73</sup>
6. PT Tambang Batubara Bukit Asam (Persero) Tbk berubah status menjadi perseroan pada tanggal 1 Maret 1981 dengan kegiatan usaha dibidang pertambangan bahan galian terutama batubara.<sup>74</sup>

---

<sup>69</sup> <http://www.adhi.co.id/about-adhi/company-profile>, pada hari Sabtu, tanggal 22 Oktober 2017, Pukul 20.00 WIB

<sup>70</sup> [http://www.antam.com/index.php?option=com\\_content&task=view&id=32&Itemid=2](http://www.antam.com/index.php?option=com_content&task=view&id=32&Itemid=2), pada hari Sabtu, tanggal 22 Oktober 2017, Pukul 20.00 WIB

<sup>71</sup> <https://www.garuda-indonesia.com/id/id/investor-relations/financial-report-and-presentations/annual-report/index.page>, pada hari Sabtu, tanggal 22 Oktober 2017, Pukul 20.00 WIB

<sup>72</sup> <https://www.kimiafarma.co.id/profil/profil-perusahaan/sejarah.html>, pada hari Sabtu, tanggal 22 Oktober 2017, Pukul 20.00 WIB

<sup>73</sup> <http://m.semenindonesia.com/page/get/profil-perusahaan-9>, pada hari Sabtu, tanggal 22 Oktober 2017, Pukul 20.00 WIB

<sup>74</sup> <http://www.ptba.co.id/id/about>, pada hari Sabtu, tanggal 22 Oktober 2017, Pukul 20.00 WIB

7. PT Timah (Persero) Tbk didirikan pada 2 Agustus 1976, bidang usahanya yaitu penambangan timah dan produsen logam timah.<sup>75</sup>
8. PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk didirikan pada tanggal 19 November 1991. Telkom merupakan Badan Usaha Milik Negara (“BUMN”) yang bergerak di bidang layanan jasa dan jaringan telekomunikasi terintegrasi di Indonesia.<sup>76</sup>
9. PT Wijaya Karya (Persero) Tbk didirikan pada tanggal 11 Maret 1960. Wika bergerak di Industri konstruksi, *industry pabrikasi*, jasa penyewaan, jasa keagenan, investasi, agro industri, industri energi, energi terbarukan, dan energi konversi, penyelenggaraan perkeretaapian, penyelenggaraan pelabuhan, penyelenggaraan kebandarudaraan, logistik, perdagangan, *engineering procurement construction*, pengembangan dan pengelolaan kawasan.<sup>77</sup>
10. PT Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk didirikan pada tanggal 13 Mei 1965. PGN bergerak di bidang penyediaan infrastruktur dan gas bumi.<sup>78</sup>

Penulis hanya memilih 10 perusahaan yang dijadikan sampel karena ada perusahaan yang mengalami *delisting* pada tahun tertentu. *Delisting* merupakan perusahaan yang namanya tidak tertera atau tidak tercatat.<sup>79</sup> Dan ada pula perusahaan yang mengalami kerugian, sehingga tidak

---

<sup>75</sup> <http://www.timah.com/v3/ina/tentang-kami-sekilas-pt-timah/>, pada hari Sabtu, tanggal 22 Oktober 2017, Pukul 20.00 WIB

<sup>76</sup> <http://www.telkom.co.id/en>, pada hari Sabtu, tanggal 22 Oktober 2017, Pukul 20.00 WIB

<sup>77</sup> <http://www.wika.co.id/>, pada hari Sabtu, tanggal 22 Oktober 2017, Pukul 20.00 WIB

<sup>78</sup> <http://www.pgn.co.id/en/>, pada hari Sabtu, tanggal 22 Oktober 2017, Pukul 20.00 WIB

<sup>79</sup> Irham Fahmi, *Rahasia Saham dan Obligasi*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 26

mengeluarkan dana CSR. Sedangkan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *Purposive Sampling* karena data diambil berdasarkan beberapa kriteria yaitu:

1. Perusahaan PERSERO yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) dan sahamnya aktif diperdagangkan selama periode 2012-2015.
2. Perusahaan PERSERO yang menerbitkan laporan keuangan berturut-turut 2012-2015.
3. Perusahaan PERSERO yang mengungkapkan dana CSR dalam nominal uang (Rupiah).

#### **D. Jenis dan Sumber Data**

Jenis data dalam penelitian ini adalah data sekunder. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah data laporan tahunan perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) tahun 2012-2015, literatur, artikel, serta jurnal.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan berupa data sekunder dari buku-buku literatur dan jurnal-jurnal yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas. Sedangkan instrumen yang digunakan dalam studi kepustakaan ini adalah dokumentasi, melalui pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mempelajari laporan tahunan perusahaan PERSERO yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI).

## **F. Teknik Analisis Data**

### **1. Analisis Statistik Deskriptif**

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan tentang deskripsi data-data penelitian. Dalam penelitian ini peneliti memberikan gambaran mengenai nilai minimum, maximum, mean, dan standar deviasi serta variabel penelitian. Data yang telah dikumpulkan disajikan dalam bentuk tabel.<sup>80</sup>

### **2. Uji Kualitas Data**

#### **a. Uji Normalitas**

Uji normalitas dimaksudkan untuk memperlihatkan data sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Metode yang digunakan untuk melakukan uji normalitas data dalam penelitian ini dengan menggunakan uji *Kolmogorov-smirnov*<sup>81</sup>, dengan kriteria kenormalan sebagai berikut:

- a) Signifikansi uji ( $\alpha$ ) = 0,05
- b) Jika  $\text{Sig} > \alpha$  , maka sampel berasal dari populasi yang terdistribusi normal
- c) Jika  $\text{Sig} < \alpha$  , maka sampel bukan berasal dari populasi yang terdistribusi normal

#### **b. Uji Homogenitas**

---

<sup>80</sup> Suliyanto, Analisis Data dalam Aplikasi Pemasaran, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2007), h. 7

<sup>81</sup> Duwi Priyatno, *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS*, ( Yogyakarta: CV Andi Offset, 2012), h. 37

Uji homogenitas dimaksudkan untuk memperlihatkan bahwa dua atau lebih kelompok data sampel berasal dari populasi yang dimiliki variansi yang sama. Metode yang digunakan untuk uji homogenitas data dalam penelitian ini adalah *Levene Test* yaitu *test of homogeneity of variance*.<sup>82</sup> Untuk menentukan homogenitas digunakan kriteria sebagai berikut:

- a) Signifikansi uji ( $\alpha$ )= 0,05
- b) Jika  $\text{sig} > \alpha$ , maka variansi setiap sampel sama (homogen)
- c) Jika  $\text{sig} < \alpha$ , maka variansi setiap sampel tidak sama (tidak homogen)

### 3. Uji Hipotesis

Uji analisis statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan regresi nonlinear. Regresi nonlinier adalah regresi yang variabel-variabelnya ada yang berpangkat.<sup>83</sup>

- a. Model Regresi Nonlinier Kuadratik

Adapun model regresi yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut<sup>84</sup> :

$$Y' = a + bX + cX^2$$

---

<sup>82</sup> Duwi Priyatno, *Belajar Cepat ...*, h. 49

<sup>83</sup> Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Statistik 1 (statistik deskriptif)*, ( Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), h. 279

<sup>84</sup> Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Statisti 1 (statistik inferensif)*, ( Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), h. 279



Keterangan:

$Y'$  = Variabel *Dependen* (nilai yang diprediksikan)

$X$  = Variabel *Independen*

$a, b, c$  = Konstanta

b. Uji t

Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen.<sup>85</sup> Untuk menentukan nilai uji t digunakan kriteria sebagai berikut:

a) Jika signifikansi  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

b) Jika signifikansi  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

c. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk menentukan nilai uji t digunakan kriteria sebagai berikut:<sup>86</sup>

a) Jika signifikansi  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

b) Jika signifikansi  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

#### 4. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (*Coefficient of Determination*)  $R^2$  merupakan ukuran yang mengatakan seberapa baik garis regresi sampel cocok atau sesuai dengan datanya.<sup>87</sup>

---

<sup>85</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Pustakabarupress, 2015), h. 229

<sup>86</sup> Singgih Santoso, *Panduan Lengkap SPSS Versi 23*, (Jakarta: PT Elex Media Kompetindo, 2016), h. 302

**Tabel 3.2**  
**Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Determinasi**

Proposi/Internal koefisien	Keterangan
0% -19,99%	Sangat rendah
20% - 39,99%	Rendah
40% - 59,99%	Sedang
60% - 79,99%	Kuat
80% - 100%	Sangat kuat

Sumber : Sugiono<sup>88</sup>

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI)

---

<sup>87</sup> Muhammad Firadaus, *Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikatif*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), h. 48

<sup>88</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h.184

Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) merupakan indeks saham yang mencerminkan keseluruhan saham syariah yang tercatat di BEI dan terdaftar dalam Daftar Efek Syariah (DES). Indeks ISSI diluncurkan pada tanggal 12 Mei 2011. ISSI direview setiap 6 bulan sekali (Mei dan November) dan dipublikasikan pada awal bulan berikutnya. ISSI juga dilakukan penyesuaian apabila ada saham syariah yang baru tercatat atau dihapuskan dari DES.<sup>89</sup>

Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) terdiri dari 331 saham yang terbagi menjadi 14 saham pertanian, 23 saham pertambangan, 52 saham industri dasar dan kimia, 31 saham aneka industri, 31 saham industri barang konsumen, 92 saham *property, real estate*, dan konstruksi bangunan, 1 saham keuangan dan 81 saham perdagangan, jasa, dan investasi. Metode perhitungan indeks ISSI menggunakan rata-rata tertimbang dari kapitalisasi pasar. Tahun dasar yang digunakan dalam perhitungan ISSI adalah awal penerbitan DES yaitu Desember 2007.

Adapun kriteria-kriteria saham yang masuk dalam indeks syariah adalah emiten yang kegiatan usahanya tidak bertentangan dengan syariah, seperti sebagai berikut<sup>90</sup>:

1. Usaha perjudian dan permainan yang tergolong judi atau perdagangan yang dilarang.

---

<sup>89</sup> [http://www.idx.co.id/id-id/beranda/produkdanlayanan /pasarsyariah /indekssaham syariah.aspx](http://www.idx.co.id/id-id/beranda/produkdanlayanan/pasarsyariah/indekssaham-syariah.aspx), pada hari Minggu, tanggal 19 Februari 2017, Pukul 20.00 WIB

<sup>90</sup> Otoritas Jasa Keuangan, Pasar Modal Syariah, “Mengenal Pasar Modal Syariah”, EbookDroid, Brosur 2016, h.24

2. Usaha lembaga keuangan konvensional (ribawi) termasuk perbankan dan asuransi konvensional.
3. Usaha yang memproduksi, mendistribusi serta memperdagangkan makanan dan minuman yang tergolong haram.
4. Usaha yang memproduksi, mendistribusi dan menyediakan barang-barang ataupun jasa yang merusak moral atau mudarat.

## B. Hasil Penelitian

### 1. Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai nilai minimum, maksimum, mean, dan standar deviasi dari variabel *Corporate Social Responsibility (CSR)(X)*, dan Nilai Perusahaan (Y). hasil analisis dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.1**  
**Statistik Deskriptif Data Awal**

Descriptive Statistics					
	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
CSR	40	16893184742 0.08	16933069590 2.289	28214766 00	53532135 5500
Nilai_Perusahaan	40	4185.08	4813.749	309	16200

*Sumber: Data sekunder diolah, 2017*

Tabel 4.1 menyajikan rata-rata CSR dan Nilai Perusahaan pada tahun 2012 sampai tahun 2015. Sebagaimana dapat dilihat dalam tabel 4.1 diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa jumlah data sebanyak 40, rata-rata nilai perusahaan sebesar Rp4.185,08 dengan standar

deviasi sebesar Rp4.813,749. Rata-rata CSR sebesar Rp168.931.847.420,08 dengan standar deviasi sebesar Rp169.330.695.902,289.

Dari data diatas juga dapat dilihat bahwa nilai perusahaan terkecil adalah Rp309, sedangkan nilai perusahaan terbesar adalah Rp16.200. Untuk nilai CSR terkecil adalah Rp2.821.476.600, sedangkan nilai CSR terbesar adalah Rp535.321.355.500.

**Tabel 4.2**  
**Statistik Deskriptif Data Setelah Transformasi dalam Bentuk**  
**Natural Logaritma (LN)**

Descriptive Statistics					
	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
LN_NilaiPerusahaan	40	3.3584	.49035	2.49	4.21
LN_CSR	40	10.7761	.79590	9.45	11.73

*Sumber: Data sekunder diolah, 2017*

Tabel 4.2 menyajikan rata-rata LN\_CSR dan LN\_Nilai Perusahaan pada tahun 2012 sampai tahun 2015. Sebagaimana dapat dilihat dalam tabel 4.2 diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa jumlah data sebanyak 40, rata-rata LN\_Nilai perusahaan sebesar Rp3,3548 dengan standar deviasi sebesar Rp0.49035. Rata-rata LN\_CSR sebesar Rp10,7761 dengan standar deviasi sebesar Rp0,79590.

Dari data diatas juga dapat dilihat bahwa LN\_Nilai perusahaan terkecil adalah Rp2,49. Sedangkan LN\_Nilai perusahaan terbesar

adalah Rp4,21. Sedangkan untuk nilai LN\_CSR terkecil adalah Rp9,45. Sedangkan nilai LN\_CSR terbesar adalah Rp11,73.

## 2. Uji Normalitas Data

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah sampel yang diambil berasal dari populasi yang sama atau distribusi normal. Metode yang digunakan untuk melakukan uji normalitas data dalam penelitian ini dengan menggunakan uji *Kolmogorov-smirnov*.

**Tabel 4.3**  
**Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		LN_NilaiPerusahaan	LN_CSR
N		40	40
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	3.3584	10.7761
	Std. Deviation	.49035	.79590
	Absolute	.103	.231
Most Extreme Differences	Positive	.103	.130
	Negative	-.089	-.231
Kolmogorov-Smirnov Z		.649	1.460
Asymp. Sig. (2-tailed)		.793	.028

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Lampiran 2, 2017

Berdasarkan tabel 4.3 dapat dilihat bahwa nilai Signifikansi (Asymp Sig) untuk LN\_CSR adalah 0,028 (nilai signifikansi  $< 0,05$ ), sedangkan untuk LN\_Nilai Perusahaan adalah 0,793 (nilai signifikansi  $> 0,05$ ). Jadi dapat disimpulkan bahwa LN\_CSR terdistribusi tidak normal, sedangkan LN\_Nilai Perusahaan terdistribusi normal.

## 3. Uji Homogenitas Data

Uji homogenitas dilakukan untuk mengetahui apakah sampel memiliki varian yang sama. Hasil pengujian homogenitas data dengan menggunakan teknik *Test of Homogeneity of Variances* dapat dilihat pada tabel 4.5 dibawah ini:

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Homogenitas**

Test of Homogeneity of Variances				
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
LN_NilaiPerusahaan	.237	3	36	.870
LN_CSR	.646	3	36	.591

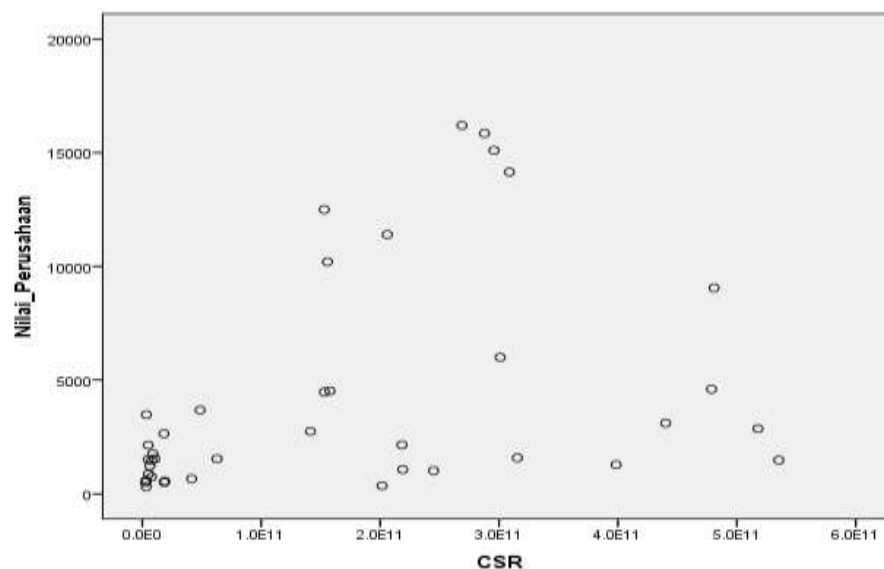
*Sumber: Data sekunder diolah, 2017*

Kriteria pengujiannya adalah jika signifikansi  $< 0,05$ , maka varian kelompok data tidak sama. Demikian sebaliknya, jika signifikansi  $> 0,05$  maka varian kelompok data adalah sama. Dari output dapat dilihat nilai LN\_CSR bahwa signifikansinya  $> 0,05$  ( $0,591 > 0,05$ ) dan untuk nilai LN\_Nilai Perusahaan bahwa signifikansinya  $> 0,05$  ( $0,870 > 0,05$ ). Jadi, dapat disimpulkan bahwa sampel memiliki varian yang sama (homogen).

#### 4. Uji Hipotesis

Dari hasil uji normalitas diketahui bahwa data tidak memenuhi aturan keputusan terdistribusi normal maka dari itu menggunakan statistik uji non parametrik. Sebelum menentukan model regresi maka terlebih dahulu dilakukan uji linearitas untuk mengetahui

apakah data termasuk regresi linier atau nonlinier dengan melihat *Scatter Plot*.



**Gambar 4.1** *Scatter Plot*

Asumsi linearitas terpenuhi jika plot antara nilai residual terstandarisasi dengan nilai prediksi terstandarisasi tidak membentuk suatu pola tertentu (acak).<sup>91</sup> Diagram pencar dari hubungan yang linier akan menunjukkan suatu pola yang dapat mendekati garis lurus, sedangkan yang bukan linier mendekati garis lengkung.<sup>92</sup> Dari gambar 4.1 nampak bahwa plot membentuk pola tertentu (acak) yaitu mendekati garis lengkung.

a. Model Regresi Nonlinier Kuadratik

**Tabel 4.5**

<sup>91</sup> Suliyanto, *Analisis Data dalam Aplikasi Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2007), h.

<sup>92</sup> J. Supranto, *Statistik*, (Bandung: Erlangga, 2016), h. 218



### Uji Regresi Nonlinier Kuadratik

	Coefficients				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
LN_CSR	.748	3.705	1.214	.202	.841
LN_CSR ** 2	-.019	.174	-.664	-.110	.913
(Constant)	-2.452	19.561		-.125	.901

Sumber: Data sekunder diolah, 2017

Berdasarkan tabel koefisien regresi yang diperoleh dari analisis regresi sebagai berikut :

$$Y = -2,452 - 0,748X - 0,019X^2$$

Hasil perhitungan yang telah dilakukan menghasilkan suatu persamaan besarnya nilai X merupakan regresi yang diestimasi sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (a) adalah -2,452. Hal ini dapat diartikan jika koefisien CSR bernilai 0, maka nilai perusahaan bernilai yaitu -2,452.
2. Nilai konstanta variabel CSR (b) bernilai negative yaitu -0,748. Hal ini dapat diartikan setiap peningkatan CSR sebesar Rp 1 maka nilai perusahaan akan meningkat sebesar -0,748.
3. Nilai konstanta variabel CSR<sup>2</sup> (c) bernilai negative yaitu -0,019. Hal ini dapat diartikan setiap peningkatan CSR<sup>2</sup>

sebesar Rp 1 maka nilai perusahaan akan meningkat sebesar -0,019.

b. Uji t

Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variabel CSR (X) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y). Langkah-langkah pengujiannya sebagai berikut:

a) Merumuskan hipotesis

Hipotesis 1:

$H_0$ : CSR secara parsial tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

$H_a$ : CSR secara parsial berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis 2:

$H_0$ :  $CSR^2$  secara parsial tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

$H_a$ :  $CSR^2$  secara parsial berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

b) Menentukan signifikansi

Berdasarkan tabel 4.5 dapat diketahui nilai signifikansi LN\_CSR yaitu sebesar 0,841 sedangkan nilai signifikansi LN\_CSR<sup>2</sup> yaitu sebesar 0,913.

## c) Kesimpulan

Nilai signifikansi untuk LN\_CSR adalah 0,841 (signifikansi > 0,05) sedangkan nilai signifikansi untuk LN\_ CSR<sup>2</sup> adalah 0,913 (signifikansi > 0,05). Karena nilai signifikansi LN\_CSR dan LN\_ CSR<sup>2</sup> > 0,05, maka H<sub>0</sub> diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial CSR dan CSR<sup>2</sup> tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

- c. Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Hasil pengujian dapat dijelaskan pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.6**  
**Anova**

ANOVA					
	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	2.841	2	1.421	8.041	.001
Residual	6.536	37	.177		
Total	9.377	39			

The independent variable is LN\_CSR.

*Sumber: Data sekunder diolah, 2017*

## a) Hipotesis:

H<sub>0</sub>: CSR dan CSR<sup>2</sup> secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

H<sub>a</sub>: CSR dan CSR<sup>2</sup> secara bersama-sama berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

- b) Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui nilai signifikansi sebesar 0,001.
- c) Kesimpulan  
 Nilai signifikansi  $< 0,05$  ( $0,001 < 0,05$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa CSR dan  $CSR^2$  secara bersama-sama berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

## 5. Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar nilai prosentase kontribusi variabel bebas dari CSR terhadap variabel terikat yaitu nilai perusahaan. Dari hasil perhitungan didapat nilai koefisien determinasi sebagai berikut:

**Tabel 4.7**  
*Model Summary*

Model Summary			
R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.550	.303	.265	.420

The independent variable is LN\_CSR.

Sumber: Data sekunder diolah, 2017

Nilai R pada tabel di atas didapatkan 0,550, artinya korelasi antara variabel CSR dengan Nilai Perusahaan sebesar 0,550. R Square ( $R^2$ ) atau kuadrat dari R menunjukkan koefisien determinasi. Angka ini akan diubah ke bentuk persen, artinya persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai  $R^2$

sebesar 0,303 artinya persentase sumbangan pengaruh variabel CSR terhadap Nilai Perusahaan yaitu sebesar 30,3%. Sedangkan sisanya sebesar 69,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model ini. Berdasarkan tabel 3.1 dapat disimpulkan bahwa koefisien determinasi pada penelitian ini sifatnya rendah.

### C. Pembahasan

#### 1. Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI)

Hasil perhitungan regresi menunjukkan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan, dengan kata lain peningkatan CSR mendorong adanya peningkatan Nilai Perusahaan. Seperti teori yang dikemukakan oleh Muljati yang menyatakan bahwa manfaat CSR yaitu dapat meningkatkan harga saham yang menjadi indikator nilai perusahaan<sup>93</sup> dan menurut Dody Prayogo yang menyatakan bahwa indikator keberhasilan CSR dapat dinilai dari meningkatnya nilai saham<sup>94</sup>. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rimba Kusumadilaga yang menyatakan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.<sup>95</sup>

---

<sup>93</sup> Muljati (2011) dalam Totok Mardikanto, *CSR (Corporate Social Responsibility (Tanggungjawab Sosial Korporasi))*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 137

<sup>94</sup> Dody Prayogo dalam Irham Fahmi, “*Etika Bisnis*”, (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 85

<sup>95</sup> Rimba Kusumadilaga, 2010, “*Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia)*”, (S-1, Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro, Semarang, 2010)

## 2. **Besarnya Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI)**

Berdasarkan hasil perhitungan R Square ( $R^2$ ) pengaruh variabel CSR terhadap Nilai Perusahaan yaitu sebesar 30,3%. Sedangkan sisanya sebesar 69,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model ini. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ira Agustine ada 3 variabel lain yang mempengaruhi yaitu: kecenderungan investor dalam membeli saham, rendahnya pengungkapan CSR, dan variabel CSR tidak dapat diukur secara langsung.<sup>96</sup>

Secara ringkas hasil pengujian normalitas, homogenitas data, uji hipotesis, dan koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.8**  
**Hasil Pengujian Kualitas Data**

Variabel Penelitian	Uji Normalitas			Uji Homogenitas		
	Kriteria	Hasil	Keterangan	Kriteria	Hasil	Keterangan
LN_CSR	>0,05	0,028	Varians tidak normal	>0,05	0,591	Varians homogen
LN_Nilai Perusahaan	>0,05	0,793	Varians normal	>0,05	0,870	Varians homogen

<sup>96</sup> Ira Agustine, "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan", *FINESTA*, Vol. 2. No.1 (2014), hlm. 46

**Table 4.9**  
**Hasil Pengujian Hipotesis dan Koefisien Determinasi**

Variabel penelitian dan hubungan pengaruhnya	Uji t			Uji F			Koefisien Determinasi (R Square)
	Kriteria	Hasil	Keterangan	Kriteria	Hasil	Keterangan	
$X \rightarrow Y$	<p>Jika nilai signifikansi &lt; 0,05, maka <math>H_0</math> diterima dan <math>H_a</math> ditolak</p>	0,841	Hipotesis ditolak artinya CSR secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan	<p>Jika nilai signifikansi &lt; 0,05, maka <math>H_0</math> diterima dan <math>H_a</math> ditolak</p>	0,001	Hipotesis diterima artinya CSR dan CSR <sup>2</sup> secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan	0,303
$X^2 \rightarrow Y$	<p>Jika nilai signifikansi &lt; 0,05, maka <math>H_0</math> diterima dan <math>H_a</math> ditolak</p>	0,913	Hipotesis diterima artinya CSR <sup>2</sup> secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan	<p>Jika nilai signifikansi &lt; 0,05, maka <math>H_0</math> diterima dan <math>H_a</math> ditolak</p>	0,001	Hipotesis diterima artinya CSR dan CSR <sup>2</sup> secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan	

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

1. CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan, dibuktikan dengan hasil perhitungan uji t yaitu nilai signifikansi untuk LN\_CSR adalah 0,841 (signifikansi > 0,05) sedangkan nilai signifikansi untuk LN\_ CSR<sup>2</sup> adalah 0,913 (signifikansi > 0,05). Karena nilai signifikansi LN\_CSR dan LN\_ CSR<sup>2</sup> > 0,05, maka H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>a</sub> ditolak.
2. Pengaruh variabel CSR terhadap Nilai Perusahaan yaitu sebesar 30,3%. Sedangkan sisanya sebesar 69,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model ini. yaitu: kecenderungan investor dalam membeli saham, rendahnya pengungkapan CSR, dan variabel CSR tidak dapat diukur secara langsung

#### **B. Saran**

Sebagai tindak lanjut dari penelitian ini, maka penulis mengajukan beberapa saran yang dapat dinyatakan seperti berikut ini:

1. Bagi peneliti berikutnya, diharapkan meneliti manfaat CSR lainnya sebagai variabel independen, karena sangat dimungkinkan manfaat CSR yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.



2. Dengan melihat kecilnya pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan, maka investor nampaknya perlu mempertimbangkan variabel lain dalam memutuskan berinvestasi pada saham syariah.
3. Menambah sampel penelitian tidak hanya dari perusahaan Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) saja tetapi juga menggunakan perusahaan-perusahaan *go public* lain yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sehingga hasil penelitian mempunyai daya generalisasi yang lebih baik.
4. Menambah periode penelitian menjadi lebih panjang dan menggunakan data yang akan diolah tidak hanya empat tahun saja agar hasil penelitian dapat lebih baik dari segi statistik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta. 2014
- Ardianto Elvinaro, Dindin M. Machfudz. *Efek Kedermawanan Pebisnis dan CSR*.  
Jakarta: PT Gramedia. 2011
- Arijanto, Agus. *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*. Jakarta: PT Raja Grafindo  
Persada. 2011
- Azheri, Busyra. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: PT Rajagrafindo  
Persada. 2012
- Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis*. Jakarta: Penebat Plus. 2012
- Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. Malang: UIN Malang  
Press. 2017
- Fahmi, Irham “*Etika Bisnis*”. Bandung: Alfabeta. 2015
- ..... *Manajemen Strategi*. Bandung: Alfabeta. 2014
- ..... *Rahasia Saham dan Obligasi*. Bandung: Alfabeta. 2013
- Firadaus, Muhammad. *Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikatif*. Jakarta: Bumi  
Aksara. 2004
- Hadi, Nor. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2011
- Harmono. *Manajemen Keuangan*. Jakarta: PT Bumi Aksara. 2014
- Hasan, Iqbal. *Pokok-pokok Materi Statistik 1 (statistik deskriptif)*. Jakarta: PT  
Bumi Aksara. 2013
- Husnan, Suad. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: UPP STIM  
YKPN. 2015

- Kasmir. *Pengantar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Prenadamedia Group. 2010
- Kementrian Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: CV Diponegoro. 2014
- M. Rachman Nurdizal, Asep Efendi, Emir Wicaksana. *Panduan Lengkap Perencanaan CSR*. Jakarta: Penebar Swadaya. 2011
- Mardikanto, Totok. *CSR (Corporate Social Responsibility)(Tanggungjawab Sosial Korporasi)*. Bandung: Alfabeta. 2014
- Misbahuddin, Hasan Iqbal. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: PT Bumi Aksara. 2014
- Otoritas Jasa Keuangan, Pasar Modal Syariah, “Mengenal Pasar Modal Syariah”, EbookDroid, Brosur 2016, h.24
- Priyatno, Duwi. *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS*. Yogyakarta: CV Andi Offset. 2012
- Santoso, Singgih. *Panduan Lengkap SPSS Versi 23*. Jakarta: PT Elex Media Kompetindo. 2016
- Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2011
- Sujarweni,V. Wiratna. *Statistik Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press. 2015
- .....*Metodologi Penelitian*,. Yogyakarta: Pustakabarupress. 2015
- Suliyanto. *Analisis Data dalam Aplikasi Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia. 2007
- Sunyoto Danang, Wika Harisa Putri. *Etika Bisnis*. Yogyakarta: CAPS. 2016

Supranto, J. *Statistik*. Bandung: Erlangga. 2016

Agustine, Ira. "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan". *FINESTA*. Vol. 2. No.1 (2014)

Ayu Made Ervina Rosiana, Gusti. "*Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi*". E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana 5.3 (2013)

Kusumadilaga, Rimba. "*Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia)*". Universitas Diponegoro: S-1, Fakultas Ekonomi.2010

Novia Andriyani, Arik. "*Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating*". Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi. Vol. 2. No.5 (2013)

<http://m.semenindonesia.com/page/get/profil-perusahaan-9> (22 Oktober 2016)

<http://www.adhi.co.id/about-adhi/company-profile> (22 Oktober 2016)

[http://www.antam.com/index.php?option=com\\_content&task=view&id=32&Itemid=2](http://www.antam.com/index.php?option=com_content&task=view&id=32&Itemid=2)(22Oktober 2016)

[http://www.idx.co.id/id-id/beranda/produkdanlayanan /pasarsyariah /indekssahamsyariah.aspx](http://www.idx.co.id/id-id/beranda/produkdanlayanan/pasarsyariah/indekssahamsyariah.aspx) (19 Februari 2017)

<http://www.idx.co.id/id->

[id/beranda/produkdanlayanan/pasarsyariah/indekssahamsyariah.aspx](http://www.idx.co.id/id-beranda/produkdanlayanan/pasarsyariah/indekssahamsyariah.aspx) (22 Oktober 2016)

<http://www.pgn.co.id/en/> (20 Oktober 2016)

<http://www.telkom.co.id/en> (20 Oktober 2016)

<http://www.timah.com/v3/ina/tentang-kami-sekilas-pt-timah/> (22 Oktober 2016)

<http://www.wika.co.id/> (20 Oktober 2016)

<https://www.garuda-indonesia.com/id/id/investor-relations/financial-report-and-presentations/annual-report/index.page> (22 Oktober 2016 )

## Lampiran 1

**Tabel 1.1**  
**Nama Perusahaan, Harga Saham, dan Dana CSR**

NO	Nama Perusahaan	Tahun	Dalam Rp	
			Harga Saham	Dana CSR
1	PT ADHI KARYA (Persero) Tbk	2012	1.760	8.866.500.000
		2013	1.510	4.949.809.332
		2014	3.480	3.454.143.700
		2015	2.140	4.912.690.801
2	PT ANEKA TAMBANG (Persero) Tbk	2012	1.280	398.500.000.000
		2013	1.015	245.000.000.000
		2014	1.065	219.000.000.000
		2015	354	201.640.000.000
3	PT KIMIA FARMA (Perseo) Tbk	2012	740	7.720.000.000
		2013	590	3.280.000.000
		2014	1.465	7.960.000.000
		2015	870	5.097.000.000
4	PT GARUDA INDONESIA (Persero) Tbk	2012	660	41.483.611.025
		2013	500	18.515.447.186
		2014	555	18.950.900.000
		2015	309	3.256.805.583
5	PT PERUSAHAAN GAS NEGARA (Persero) Tbk	2012	4.600	478.688.173.864
		2013	4.475	153.100.000.000
		2014	6.000	300.970.000.000

		2015	2.745	141.380.000.000
6	PT SEMEN INDONESIA (Persero) Tbk	2012	15.850	287.740.000.000
		2013	14.150	308.748.368.476
		2014	16.200	268.741.170.000
		2015	11.400	206.013.390.000
7	PT TAMBANG BATUBARA BUKIT ASAM (Persero) Tbk	2012	15.100	295.755.000.000
		2013	10.200	155.670.000.000
		2014	12.500	153.000.000.000
		2015	4.525	157.798.000.000
8	PT TELEKOMUNIKASI INDONESIA (Persero) Tbk	2012	9.050	480.870.000.000
		2013	2.150	218.440.000.000
		2014	2.865	517.830.000.000
		2015	3.105	440.090.000.000
9	PT TIMAH (Persero) Tbk	2012	1.540	62.821.992.286
		2013	1.540	10.411.290.450
		2014	1.230	6.296.772.000
		2015	505	2.821.476.600
10	PT WIJAYA KARYA (Persero) Tbk	2012	1.480	535.321.355.500
		2013	1.580	315.420.000.000
		2014	3.680	48.600.000.000
		2015	2.640	18.160.000.000

**Tabel 3.2**  
**Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Determinasi**

Proposi/Internal koefisien	Keterangan
0% -19,99%	Sangat rendah
20% - 39,99%	Rendah
40% - 59,99%	Sedang
60% - 79,99%	Kuat
80% - 100%	Sangat kuat

Sumber : Sugiono<sup>97</sup>

---

<sup>97</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h.184



Lampiran 2

**Table 4.1**  
**Statistik Deskriptif Data Awal**

Descriptive Statistics					
	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
CSR	40	168931847420.08	169330695902.289	2821476600	535321355500
Nilai_Perusahaan	40	4185.08	4813.749	309	16200

**Table 4.2**  
**Statistik Deskriptif Data Setelah Transformasi dalam Bentuk Natural Logaritma (LN)**

Descriptive Statistics					
	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
LN_NilaiPerusahaan	40	3.3584	.49035	2.49	4.21
LN_CSR	40	10.7761	.79590	9.45	11.73

**Table 4.3**  
**Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test				
		LN_NilaiPerusahaan	LN_CSR	
N		40	40	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	3.3584	10.7761	
	Std. Deviation	.49035	.79590	
	Absolute	.103	.231	
Most Extreme Differences	Positive	.103	.130	
	Negative	-.089	-.231	
Kolmogorov-Smirnov Z		.649	1.460	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.793	.028	

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Homogenitas**

**Test of Homogeneity of Variances**

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
LN_NilaiPerusahaan	.237	3	36	.870
LN_CSR	.646	3	36	.591

**Tabel 4.5**  
**Uji Regresi Nonlinier Kuadratik**

**Coefficients**

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
LN_CSR	.748	3.705	1.214	.202	.841
LN_CSR ** 2	-.019	.174	-.664	-.110	.913
(Constant)	-2.452	19.561		-.125	.901

**Tabel 4.6**  
**Anova**

**ANOVA**

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	2.841	2	1.421	8.041	.001
Residual	6.536	37	.177		
Total	9.377	39			

The independent variable is LN\_CSR.

**Tabel 4.7**  
**Model Summary**

**Model Summary**

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.550	.303	.265	.420

The independent variable is LN\_CSR.

