

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Teori *Stakeholder*

*Stakeholder* adalah semua pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan baik bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi, bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan (Hadi, 2011:93). Semua *stakeholder* memiliki hak untuk memperoleh informasi mengenai aktivitas perusahaan yang memengaruhi mereka. Pada awalnya pemegang saham sebagai satu-satunya *stakeholder* perusahaan. Pandangan ini di dasarkan pada argumen yang disampaikan Friedman (1962) yang mengatakan bahwa tujuan utama perusahaan adalah untuk memaksimumkan kemakmuran pemiliknya. Namun demikian, Freeman (1983) tidak setuju dengan pandangan ini dan memperluas definisi *stakeholder* dengan memasukkan konstituen yang lebih banyak, termasuk kelompok yang tidak menguntungkan (*adversarial group*) seperti pihak yang memiliki kepentingan tertentu dan regulator (Ghozali dan Chariri, 2007:409).

Menurut Ghozali dan Chariri (2007:409), Teori *Stakeholder* merupakan teori yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun harus memberikan manfaat kepada seluruh *stakeholder*-nya (pemegang saham, kreditor, konsumen, *supplier*, pemerintah, masyarakat, analis, dan pihak lain). Kelompok *stakeholder* inilah yang menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen perusahaan dalam mengungkap atau tidak suatu informasi di dalam laporan perusahaan tersebut. Tujuan utama dari teori

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak mengujikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

*stakeholder* adalah untuk membantu manajemen perusahaan dalam meningkatkan penciptaan nilai sebagai dampak dari aktivitas-aktivitas yang dilakukan dan meminimalkan kerugian yang mungkin muncul bagi *stakeholder*.

Meskipun *stakeholder theory* mampu memperluas perspektif pengelolaan perusahaan dan menjelaskan dengan jelas hubungan antara perusahaan dengan *stakeholder*, teori ini memiliki kelemahan. Gray *et al* (1997) mengatakan bahwa kelemahan dari *stakeholder theory* terletak pada fokus teori tersebut yang hanya tertuju pada cara-cara yang digunakan perusahaan dalam mengatur *stakeholder*-nya. Perusahaan hanya diarahkan untuk mengidentifikasi *stakeholder* yang dianggap penting dan berpengaruh dan perhatian perusahaan akan diarahkan pada *stakeholder* yang dianggap bermanfaat bagi perusahaan. Mereka yakin bahwa *stakeholder theory* mengabaikan pengaruh masyarakat luas (*society as a whole*) terhadap penyediaan informasi dalam pelaporan keuangan (Ghozali dan Chariri, 2007:411).

## 2.2 Teori Sinyal (*signalling theory*)

Informasi merupakan unsur penting bagi investor dan pelaku bisnis karena informasi pada hakekatnya menyajikan keterangan, catatan atau gambaran baik untuk keadaan masa lalu, saat ini maupun keadaan masa yang akan datang bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan dan bagaimana pasaran efeknya. *Signalling Theory* menjelaskan bahwa laporan keuangan yang baik merupakan sinyal atau tanda bahwa perusahaan juga telah beroperasi dengan baik. Manajer berkewajiban memberikan sinyal mengenai kondisi perusahaan kepada pemilik sebagai wujud dari tanggung jawab atas pengelolaan perusahaan. Teori sinyal

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak mengujikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**© Hak Cipta milik UIN Suska Riau**

menjelaskan mengapa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan pada pihak eksternal. Dorongan perusahaan untuk memberikan informasi adalah karena terdapat asimetri informasi antara perusahaan dan pihak luar karena perusahaan mengetahui lebih banyak mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang dari pada pihak luar (khususnya investor dan kreditur).

Menurut Jogiyanto (2003:392) informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan sinyal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Saat informasi diumumkan dan diterima pelaku pasar, pelaku pasar terlebih dahulu menginterpretasikan dan menganalisis informasi tersebut sebagai signal baik (*good news*) atau signal buruk (*bad news*). Pengumuman informasi akuntansi yang baik (*good news*) memberikan signal bahwa perusahaan mempunyai prospek yang baik di masa mendatang, sehingga investor tertarik dan pasar akan bereaksi yang tercermin melalui perubahan dalam volume perdagangan saham. Dengan demikian hubungan antara publikasi informasi baik laporan keuangan, kondisi keuangan ataupun sosial politik terhadap fluktuasi volume perdagangan saham dapat dilihat dalam efisiensi pasar. Pelaksanaan analisis terhadap laporan keuangan diharapkan menjadi acuan bagi investor dalam mengambil keputusan yang berkaitan dengan investasinya, dengan kata lain informasi tersebut akan menyebabkan harga saham berfluktuasi.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak mengujikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2.3 Pasar Modal

### 2.3.1 Pengertian Pasar Modal

Pasar modal adalah pertemuan antara pihak yang memiliki kelebihan dana dengan pihak yang membutuhkan dana dengan cara memperjualbelikan sekuritas. Pasar modal juga bisa diartikan sebagai pasar untuk memperjualbelikan sekuritas yang umumnya memiliki umur lebih dari satu tahun, seperti saham dan obligasi (Tandelilin, 2010:26). Pasar modal Indonesia memiliki peran besar bagi perekonomian negara. Adanya pasar modal (*capital market*), membuat investor sebagai pihak yang memiliki kelebihan dana dapat menginvestasikan dananya pada berbagai sekuritas dengan harapan memperoleh imbalan (*return*).

Undang-undang Nomor 8 tahun 1995 tentang Pasar Modal mendefinisikan pasar modal sebagai kegiatan yang bersangkutan dengan penawaran umum dan perdagangan efek, perusahaan publik yang berkaitan dengan efek (Tandelilin, 2010:61). Definisi ini menyiratkan bahwa pasar modal Indonesia dibentuk untuk menghubungkan investor (pemodal) dengan perusahaan atau institusi pemerintah. Investor merupakan pihak yang memiliki kelebihan dana, sedangkan perusahaan atau institusi pemerintah memerlukan dana untuk membiayai berbagai proyek yang dimiliki. Pasar modal berfungsi sebagai pengalokasi dana dari investor ke perusahaan atau institusi pemerintah. Bursa efek merupakan bentuk fisik dari pasar modal. Pasar modal yang efisien adalah pasar yang harga sekuritas tersebut telah mencerminkan semua informasi yang relevan. Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan

(Bapepam-LK) bertugas untuk membina, mengatur dan mengawasi sehari-hari kegiatan pasar modal serta merumuskan dan melaksanakan kebijakan dan standarisasi teknis dibidang lembaga keuangan, sesuai dengan kebijakan yang ditentukan Menteri Keuangan (Tandililin, 2010:62).

### 2.3.2 Jenis Pasar Modal

Menurut Sunariyah (2000) jenis-jenis pasar modal dibagi menjadi 4 (empat), antara lain :

#### 1. Pasar Perdana (*Primary Market*)

Penawaran saham dari perusahaan yang menerbitkan saham (emiten) kepada investor selama waktu yang ditetapkan oleh pihak yang menerbitkan sebelum saham tersebut diperdagangkan di pasar sekunder. Harga saham pada pasar perdana ditentukan oleh penjamin emisi dan perusahaan yang akan *going public* (emiten) berdasarkan analisis fundamental perusahaan yang bersangkutan.

#### 2. Pasar Sekunder (*Secondary Market*)

Perdagangan saham setelah melewati masa penawaran pada pasar perdana. Harga saham di pasar ini ditentukan oleh permintaan dan penawaran antara pembeli dan penjual.

#### 3. Pasar Ketiga (*Third Market*)

Tempat perdagangan saham atau sekuritas lain di luar bursa (*Over The Counter Market*).

#### 4. Pasar Keempat (*Fourth Market*)

Perdagangan efek antar investor atau pengalihan saham dari satu pemegang saham ke pemegang lainnya tanpa melalui perantara pedagang efek.



periodik, dan pada akhirnya menebus nilai hutang tersebut pada saat jatuh tempo dengan mengembalikan jumlah pokok pinjaman ditambah bunga yang terhutang.

### 3. Right

*Right* merupakan produk *derivative* (turunan) dari saham yang berupa surat berharga yang memberikan hak bagi pemodal untuk membeli saham baru yang dikeluarkan emiten pada harga tertentu dan pada waktu yang telah ditetapkan. *Right* diberikan pada pemegang saham lama yang berhak untuk mendapatkan tambahan saham baru yang dikeluarkan perusahaan pada *second offering*. Masa perdagangan *right* berkisar antara 1-2 minggu saja.

### 4. Warrant

Sama seperti *Right*, *Warrant* merupakan produk *derivative* dari saham yang memberikan hak untuk membeli sebuah saham pada harga yang telah ditetapkan pada waktu yang telah ditetapkan pula. Namun, sifat dari *Warrant* melekat pada obligasi.

### 5. Opsi

Opsi merupakan produk *derivative* dari saham yang memberikan hak kepada pemiliknya untuk menjual atau membeli sejumlah aset finansial tertentu pada harga dan jangka waktu tertentu.

## 2.4 Nilai Perusahaan

### 2.4.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar, karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran bagi pemegang saham secara

maksimal apabila harga saham perusahaan meningkat. Untuk mencapai nilai perusahaan umumnya para pemodal menyerahkan pengelolaannya kepada para profesional. Para profesional diposisikan sebagai manajer ataupun komisaris (Nurlela dan Islahudin, 2008).

Suatu perusahaan dikatakan memiliki nilai yang baik apabila kinerja perusahaan juga baik. Nilai perusahaan dapat tercermin dari harga sahamnya. Jika nilai sahamnya tinggi bisa dikatakan nilai perusahaannya juga baik. Karena tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan pemilik atau para pemegang saham (Gapensi, 1996 dalam Wahidahwati, 2002).

Menurut Vinola Herawaty (2008) salah satu alternatif yang digunakan dalam menilai nilai perusahaan adalah dengan Tobin's Q. Rasio ini dikembangkan oleh Profesor James Tobin (1967). Rasio ini merupakan konsep yang berharga karena menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari setiap dolar investasi inkremental. Jika rasio Tobin's Q diatas satu, ini menunjukkan bahwa investasi dalam aktiva menghasilkan laba yang memberikan nilai yang lebih tinggi dari pada pengeluaran investasi, hal ini akan merangsang investasi baru. Apabila Tobin's Q di bawah satu, investasi dalam aktiva tidak akan menarik bagi investor. Jadi Tobin's Q merupakan ukuran yang lebih teliti tentang seberapa efektif manajemen memanfaatkan sumber-sumber daya ekonomis dalam kekuasaannya.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak mengujikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tobin's Q adalah pengukur kinerja dengan membandingkan dua penilaian dari asset yang sama. Tobin's Q merupakan rasio dari nilai pasar aset perusahaan yang diukur oleh nilai pasar dari jumlah saham yang beredar dan hutang (*enterprise value*) terhadap *replacement cost* dari aktiva perusahaan (Fiakas, 2005 dalam Bambang Sudiyatno, 2010).

Apabila perusahaan memiliki nilai lebih besar dari nilai dasar sebelumnya, maka akan memiliki biaya untuk meningkatkan kembali, dan laba kemungkinan akan didapatkan. Berdasarkan pemikiran Tobin, bahwa insentif untuk membuat modal investasi baru adalah tinggi ketika surat berharga (saham) memberikan keuntungan di masa depan dapat dijual dengan harga yang lebih tinggi dari biaya investasinya (Fiakas, 2005 dalam Bambang Sudiyatno, 2010).

Secara matematis Tobin's Q dapat dihitung dengan formulasi rumus sebagai berikut :

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

**Keterangan :**

- Q** = Nilai Perusahaan.  
**EMV** = Nilai pasar ekuitas yang diperoleh dari hasil perkalian harga saham penutupan (*closing price*) akhir tahun dengan jumlah saham yang beredar pada akhir tahun.  
**EBV** = Nilai buku dari ekuitas, yang diperoleh dari selisih total aset perusahaan dengan total kewajiban.  
**D** = Nilai buku dari total hutang.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak mengujikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2.5 Corporate Social Responsibility

### 2.5.1 Pengertian Corporate Social Responsibility

*Corporate Social Responsibility* merupakan suatu komitmen berkelanjutan dari dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas yaitu dengan melakukan pemberdayaan masyarakat dan kemiskinan (Budi, 2014:3). Sedangkan menurut lingkar studi CSR Indonesia, CSR adalah upaya sungguh-sungguh dari entitas bisnis untuk meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif operasinya terhadap seluruh pemangku kepentingan dalam ranah ekonomi, sosial, dan lingkungan agar mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan (Nurdizal, 2011:15).

Menurut Philip Kotler, CSR adalah *A commitment to improve community well-being through discretionary business practices and contributions of corporate resource* (Nurdizal, 2011:16).

Berdasarkan apa yang diungkapkan Philip Kotler tersebut, CSR merupakan sesuatu yang perlu dilakukan, seandainya tidak akan berakibat tidak baik pada perusahaan itu sendiri. Di sini terlihat bahwa CSR dilaksanakan masih sebagai hal yang perlu bukan suatu kewajiban atau suatu peraturan yang diharuskan. Sedangkan di Indonesia saat ini, pelaksanaan CSR merupakan suatu hal yang wajib dilaksanakan. Hal tersebut diatur dalam Undang-undang Perseroan.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak mengujikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut *Business of Social Responsibility*, CSR adalah *operating a business in manner that meet or exceeds the ethical, Legal, commercial, and public expectation* (Nurdizal, 2011:16).

Menurut *World Business Council for Sustainable Development*, CSR adalah *Business commitment to contribute to sustainable economic development, working with employees, their families, the local community and society at large to improve their quality of life* (Nurdizal, 2011:16).

Pengertian CSR berdasarkan ISO 26000 menyatakan bahwa CSR adalah *Responsibility of an organization or the impacts of its decisions and activities on society and the environment, through transparent and ethical behavior that contributes to sustainable development, health and the welfare of society; takes into account the expectations of stakeholders; is in compliance with applicable law and consistent with international norms of behavior; and is integrated throughout the organizations and practiced in its relationships* (Nudrizal, 2011:17).

Perusahaan dalam menjalankan kegiatan bisnisnya perlu memiliki prioritas dan strategi. Eksistensi perusahaan dan pencapaian laba jangka panjang merupakan prioritas perusahaan. Perusahaan dalam mencapai prioritas tersebut memerlukan strategi. Kemampuan menghasilkan laba jangka panjang hanya akan terealisasi apabila keberadaan perusahaan dapat berguna dan didukung oleh stakeholder. Dukungan stakeholder akan terwujud jika dampak negatif pada ranah sosial, ekonomi, dan lingkungan bukan hanya dapat diminimalisir, tetapi justru

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak mengujikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dapat memberikan dampak positif yang besar bagi stakeholder (Nudrizal, 2011:15-16).

Tujuh isu utama ISO 26000 dalam merencanakan CSR sebagai berikut (Nurdizal, 2011:39) :

1. Tata kelola organisasi (kepatuhan pada hukum, akuntabilitas, transparansi, kode etik, pengenalan profit, dan minat *stakeholder*)
2. Hak asasi manusia (hak sipil dan politik, hak sosial, ekonomi, budaya, dan kelompok rentan, serta hak dasar dalam kepala).
3. Aktivitas tenaga kerja (pekerja dan hubungan antar pekerja, kondisi kerja dan perlindungan sosial, dialog sosial, kesehatan dan keamanan kerja, serta sumber daya manusia).
4. Lingkungan (preventif polusi, konsumsi berkelanjutan, adaptasi dan mitigasi perubahan iklim, serta proteksi dan restorasi lingkungan alam).
5. Aktivitas operasi yang *fair* (anti korupsi dan anti suap, pelibatan tanggung jawab politik, kompetisi yang *fair*, promosi tanggung jawab sosial melalui rantai pasok, serta perhatian pada HAKI).
6. Isu konsumen (*marketing* yang *fair*, praktik perjanjian, perlindungan keamanan dan kesehatan konsumsi, provisi dan pengembangan produk dan jasa yang memberi manfaat sosial dan lingkungan, layanan konsumen, akses pada produk dan servis utama, konsumsi berkelanjutan, serta pendidikan dan kepedulian).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak mengujikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

7. Kontribusi pada komunitas dan masyarakat (melibatkan komunitas, kontribusi pada pengembangan ekonomi, dan kontribusi pada pengembangan sosial).

## 2.5.2 Aspek Tiga Dimensi CSR

Ellington merumuskan ruang lingkup tanggung jawab perusahaan dalam *model triple bottom line* yaitu *people, planet, and profit*. Pembangunan yang berkelanjutan yang erat kaitannya dengan CSR harus mencakup 3 hal kebijakan, yaitu pembangunan ekonomi, pembangunan sosial dan perlindungan lingkungan.

Menurut Mohammed Belal Uddin (2008) dalam Yustisia (2014), tujuan dari CSR adalah untuk menjadikan aktivitas bisnis perusahaan dan budaya perusahaan berkelanjutan dalam tiga aspek yakni :

### 1) Aspek ekonomi

Aspek ekonomi dari CSR meliputi pemahaman mengenai dampak-dampak ekonomi dari kegiatan bisnis perusahaan. Bagaimanapun, tanggung jawab ekonomi bukan hanya masalah perusahaan yang bertanggungjawab secara finansial, pencatatan jumlah tenaga kerja dan hutang dalam laporan akhir tanggung jawab sosial perusahaan. Dimensi ekonomi dari agenda *sustainability* harus lebih memperhatikan dampak langsung dan tidak langsung yang disebabkan oleh kegiatan operasi perusahaan terhadap lingkungan tempat perusahaan beroperasi dan para *stakeholder*.

### 2) Aspek sosial

Dewasa ini telah banyak perusahaan yang meningkatkan perhatiannya secara aktif terhadap aspek sosial. Memberikan perhatian terhadap aspek

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak mengujikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sosial berarti bertanggung jawab terhadap dampak sosial akibat dari kegiatan operasi perusahaan secara langsung mau pun tidak langsung. Aspek ini mencakup karyawan yang bekerja pada perusahaan, komunitas dimana tempat perusahaan atau kegiatan operasi perusahaan berada, konsumen dan keseluruhan pihak yang termasuk dalam *stakeholder*.

#### 3) Aspek lingkungan dan ekologi

Terdapat berbagai macam dampak yang terjadi pada lingkungan akibat dari aktivitas operasional perusahaan. Pada umumnya, dampak yang terjadi terhadap lingkungan cenderung dampak yang negatif seperti eksploitasi sumber daya alam yang terlalu berlebihan atas sumber daya alam yang tidak dapat diperbaharui, polusi, degenarasi biodeversitas, perubahan iklim, rusaknya kawasan perhutanan, dsb.

Komitmen yang sungguh – sungguh dari perusahaan dapat ditunjukkan dengan mengubah kegiatan operasional perusahaan menjadi lebih ramah lingkungan. Sebagai contoh kegiatan tersebut seperti penekanan pada peningkatan produktivitas sumber daya, kegiatan produksi yang lebih bersih, dan dialog secara aktif dengan *stakeholder* yang berkaitan dengan perusahaan dan lingkungan.

Peningkatan *environmental performance* juga berdampak baik terhadap perusahaan itu sendiri. Penggunaan material yang tidak terlalu berlebihan dan perampingan dalam proses produksi untuk menghindari pencemaran yang berlebihan memungkinkan terciptanya biaya produksi dan operasional yang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merujuk kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

lebih rendah secara signifikan. Selain itu perusahaan yang peduli terhadap lingkungan lebih disukai oleh konsumen.

### 2.5.3 *Sustainability Reporting*

Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting*. *Sustainability Reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). *Sustainability Reporting* meliputi pelaporan mengenai ekonomi, lingkungan dan pengaruh sosial terhadap kinerja organisasi (ACCA, 2004 dalam Anggraini, 2006).

Dengan menggunakan dua pendekatan, sedikitnya ada delapan kategori perusahaan. Perusahaan ideal memiliki kategori reformis dan progresif (Suharto, 2007 dalam Rimba, 2010).

1) Berdasarkan proporsi keuntungan perusahaan dan besarnya anggaran CSR :

- a) Perusahaan minimalis. Perusahaan yang memiliki profit dan anggaran CSR yang rendah. Perusahaan kecil dan lemah biasanya termasuk kategori ini.
- b) Perusahaan ekonomis. Perusahaan yang memiliki keuntungan tinggi, namun anggaran CSR – nya rendah.
- c) Perusahaan humanis. Meskipun profit perusahaan rendah, proporsi anggaran CSR relatif tinggi. Perusahaan pada kategori ini disebut dengan dermawan atau baik hati.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak mengujikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- d) Perusahaan reformis. Perusahaan ini memiliki profit dan anggaran CSR yang tinggi. Perusahaan ini memandang CSR bukan sebagai beban, melainkan sebagai peluang untuk lebih maju.
- 2) Berdasarkan tujuan CSR, untuk promosi atau pemberdayaan masyarakat :
- a) Perusahaan pasif. Perusahaan yang menerapkan CSR tanpa tujuan jelas bukan untuk promosi, bukan pula untuk pemberdayaan, sekadar melakukan kegiatan karitatif. Perusahaan seperti ini melihat promosi dan CSR sebagai hal yang kurang bermanfaat bagi perusahaan.
  - b) Perusahaan impresif. CSR lebih diutamakan untuk promosi dari pada untuk pemberdayaan. Perusahaan seperti ini lebih mementingkan “tebar pesona” daripada “tebar karya”.
  - c) Perusahaan agresif. CSR lebih ditujukan untuk pemberdayaan daripada promosi. Perusahaan seperti ini lebih mementingkan karya nyata daripada tebar pesona.
  - d) Perusahaan progresif. Perusahaan menerapkan CSR untuk tujuan promosi dan sekaligus pemberdayaan. Promosi dan CSR dipandang sebagai kegiatan yang bermanfaat dan menunjang satu sama lain bagi kemajuan perusahaan.

## 2.6 Profitabilitas

### 2.6.1 Pengertian Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba dalam periode tertentu. Profitabilitas menunjukkan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan

seluruh modal yang dimiliki. Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dapat menarik investor untuk menanamkan dananya guna ekspansi bisnis, sedangkan tingkat profitabilitas yang rendah akan menyebabkan investor menarik dananya. Bagi perusahaan sendiri, profitabilitas digunakan sebagai alat evaluasi atas efektifitas pengelolaan kegiatan operasional perusahaan. Menurut Brigham (2006:107) profitabilitas perusahaan merupakan salah satu dasar penilaian kondisi suatu perusahaan, untuk itu dibutuhkan suatu alat analisis untuk bisa menilainya. Alat analisis yang dimaksud adalah rasio-rasio keuangan. Rasio profitabilitas mengukur efektifitas manajemen berdasarkan hasil pengembalian yang diperoleh dari penjualan dari investasi.

Profitabilitas juga berfungsi sebagai alat prediksi keberlangsungan usaha suatu perusahaan di masa yang akan datang. Oleh sebab itu setiap badan usaha akan selalu berusaha meningkatkan profitabilitasnya, hal tersebut dikarenakan perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi akan terjamin kelangsungan hidupnya.

## 2.6.2 Rasio Profitabilitas

Penilaian profitabilitas akan menunjukkan seberapa efektif manajemen dalam melaksanakan aktivitas - aktivitas bisnis untuk mencapai tujuan strategis perusahaan. Semakin besar profitabilitas suatu perusahaan, maka semakin baik pula manajemen dalam mengelola perusahaan, yang dimana pada akhirnya juga akan berpengaruh pada peningkatan kemakmuran pemilik perusahaan. Profitabilitas suatu perusahaan dapat terlihat dari penyajian laporan keuangan. Profitabilitas keuangan perusahaan dideskripsikan dalam laporan laba-rugi yang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak mengujikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

merupakan bagian dari laporan keuangan perusahaan dimana laporan tersebut selanjutnya dapat digunakan untuk pembuatan keputusan ekonomi.

Terdapat beberapa pengukuran tingkat profitabilitas dimana masing-masing pengukuran dapat dihubungkan dengan volume penjualan, total aktiva dan modal sendiri. Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dan mencari keuntungan. Hasil pengukuran tersebut juga dapat dijadikan sebagai alat evaluasi kinerja manajemen, apakah mereka telah bekerja secara efektif atau tidak. Tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan adalah :

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

### 2.6.3 Jenis-jenis Rasio Profitabilitas

Dalam prakteknya, menurut (Kasmir, 2008:199) jenis -jenis rasio profitabilitas yang digunakan adalah :

- 1) *Profit margin (profit margin on sales)*
- 2) *Return on Assets (ROA)*
- 3) *Return on equity (ROE)*
- 4) *Earning per share (EPS)*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Penelitian ini menggunakan EPS sebagai pengukur profitabilitas perusahaan. Ukuran yang sering digunakan dalam penghitungan EPS adalah :

$$\text{EPS} = \frac{\text{PROFIT AFTER TAX}}{\text{NUMBER OF COMMON SHARE OUTSTANDING}}$$

*Profit after tax* adalah laba bersih setelah pajak dan *number of common share outstanding* adalah jumlah saham biasa dalam peredaran.

*Earning per share/* laba per lembar saham seringkali dipandang sebagai informasi terpenting yang terdapat di dalam laporan keuangan. Jumlah laba per lembar saham adalah informasi yang seringkali disebut-sebut di dalam laporan tahunan perusahaan dan media masa sebagai pengukur keberhasilan perusahaan di dalam usahanya untuk menghasilkan laba. Banyak pemakai laporan keuangan percaya bahwa EPS merupakan indikator tentang kinerja finansial efektifitas manajemen, potensi laba dan deviden masa datang (Harnanto, 2003:476).

Laba per lembar saham/ *earning per share (EPS)* menunjukan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dan mendistribusikan laba yang diraih perusahaan kepada pemegang saham. Laba per lembar saham/ *earning per share (EPS)* dapat dijadikan sebagai indikator tingkat nilai perusahaan. Laba per lembar saham / *earning per share (EPS)* juga merupakan salah satu cara untuk mengukur keberhasilan dalam mencapai keuntungan bagi para pemilik saham dalam perusahaan. EPS suatu perusahaan harus dibandingkan dengan EPS perusahaan lain atau dengan EPS rata-rata industri (Freddy, 2008:155). Tujuannya adalah untuk melihat keberhasilan kemampuan

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

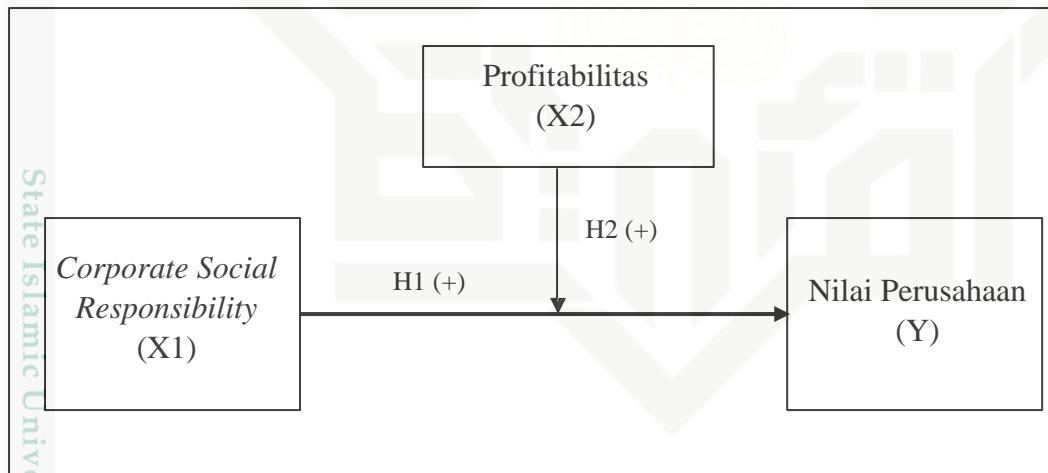
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak mengujikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**© Hak Cipta dilindungi undang-undang  
Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau**

perusahaan dalam melakukan kegiatan operasional usahanya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa EPS ini sangat efektif dalam mengukur hubungan antar CSR dengan nilai perusahaan. Nilai perusahaan itu dapat diukur dengan harga sahamnya, apabila harga saham suatu perusahaan itu tinggi, otomatis laba per lembar saham yang diterimanya semakin tinggi pula, hal inilah yang akan memperkuat hubungan antar CSR dengan nilai perusahaan. Karna laba per lembar saham yang diterima perusahaan tinggi, menyebabkan perusahaan akan lebih meningkatkan lagi kegiatan CSRnya.

## 2.7 Rerangka Penelitian

**Gambar 2.1**  
**Rerangka Pemikiran**



## 2.8 Pengembangan Hipotesis

### 2.8.1 Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan.

Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan antara lain di dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting* (laporan keberlanjutan). CSR dapat menjadi berkelanjutan apabila program yang dibuat oleh suatu

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak mengujikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perusahaan benar-benar merupakan komitmen bersama dari segenap unsur yang ada di dalam perusahaan itu sendiri. Tentunya tanpa adanya komitmen dan dukungan dengan penuh antusias dari karyawan akan menjadikan program-program tersebut bagaikan program penebusan dosa dari pemegang saham belaka. Dengan melibatkan karyawan secara intensif, maka nilai dari program-program tersebut akan memberikan arti tersendiri yang sangat besar bagi perusahaan.

Tujuan utama perusahaan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan yang 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 oleh perusahaan sebagai bentuk pertanggungjawaban dan kepedulian terhadap lingkungan di sekitar perusahaan. Survei yang dilakukan Booth-Harris Trust Monitor pada tahun 2001 dalam Sutopoyudo (2009) menunjukkan bahwa mayoritas konsumen akan meninggalkan suatu produk yang mempunyai citra buruk atau diberitakan negatif. Banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan pelaksanaan *corporate social responsibility*, antara lain produk semakin disukai oleh konsumen dan perusahaan diminati oleh para investor. Pelaksanaan CSR akan meningkatkan nilai perusahaan dilihat dari harga saham dan laba perusahaan (*earning*) sebagai akibat dari para investor yang menanamkan saham di perusahaan. Nurlela dan Islahuddin (2008)

menyatakan bahwa dengan adanya praktik CSR yang baik, diharapkan nilai perusahaan akan dinilai dengan baik oleh para investor. Berdasarkan penjelasan tersebut dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

*H1 : Corporate Social Responsibility berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.*

2.8.2 Pengaruh Profitabilitas sebagai Variabel *Moderating* dalam Hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan Nilai Perusahaan.

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menciptakan laba dalam suatu periode tertentu. Kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba akan dapat menarik minat para investor untuk berinvestasi ke dalam perusahaan tersebut. Begitu pula sebaliknya, apabila tingkat profitabilitas perusahaan tersebut rendah akan menyebabkan investor enggan berinvestasi lebih pada perusahaan tersebut. Profitabilitas juga penting dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidupnya dalam jangka panjang, karena profitabilitas menunjukkan apakah perusahaan tersebut memiliki prospek yang baik di masa depan atau tidak (Yustisia, 2014).

Pengungkapan sosial perusahaan diwujudkan melalui kinerja lingkungan, sosial dan ekonomi. Semakin baik kinerja perusahaan dalam 3 aspek tersebut maka nilai perusahaan pun akan meningkat. Peningkatan nilai perusahaan ini dikarenakan para investor lebih tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan yang ramah lingkungan. Perlu diketahui, isu mengenai lingkungan sudah menjadi perhatian bagi konsumen. Menurut Bowman & Haire (1976) dan Preston (1978)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dalam Hackstone & Milne (1996) dalam Anggraini (2006) semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial yang dilakukan perusahaan. Beberapa penelitian mendukung adanya hubungan yang positif antara profitabilitas perusahaan dan tingkat pengungkapannya (Singhvi dan Desai, 1971; Roberts, 1992 dalam Sandra Aulia, 2011). Berdasarkan penjelasan tersebut dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H2 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel *moderating*.

## 2.9 Kajian Islam

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا وَادْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا إِنَّ رَحْمَةَ اللَّهِ قَرِيبٌ مِّنَ الْمُحْسِنِينَ 56

Artinya : “Dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi, sesudah (Allah) memperbaikinya dan berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut (tidak akan diterima) dan harapan (akan dikabulkan). Sesungguhnya rahmat Allah amat dekat kepada orang-orang yang berbuat baik.” (QS : Al A’raf : 56)

Maksud dari ayat diatas adalah perusahaan saat ini harus merubah citranya menjadi organisasi yang memiliki pertanggung jawaban sosial terhadap masyarakat dan lingkungannya. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau  
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mewujudkannya adalah dengan menggelar aktifitas *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Sebelum menerapkan sistem CSR tersebut, perusahaan lebih bersifat profit oriented yaitu hanya mengejar keuntungan semata tanpa memikir adanya dampak buruk terhadap lingkungannya dan masyarakat disekitarnya, hal inilah yang dilarang dalam perspektif islam karna dapat merugikan masyarakat dan lingkungan disekitar pengoperasian perusahaan. Seperti firman Allah SWT diatas, bahwa Allah itu amat dekat dengan orang-orang yang berbuat baik, sehingga apabila perusahaan ingin memperoleh rahmat dari Allah, maka perusahaan harus selalu menjaga lingkungannya, bukan malah merusaknya.

## 2.10 Penelitian Terdahulu

Berikut adalah review dari penelitian terdahulu yang akan disajikan dalam bentuk tabel, sebagai berikut :

**Tabel 2.1**  
**Review Penelitian Terdahulu**

<b>Nama Penulis</b>	<b>Judul</b>	<b>Variabel</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
Soliha (2002)	Pengaruh <i>insider ownership</i> , profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. (Perusahaan yang telah <i>listed</i> sejak 1992 sampai dengan 1996 di BEI)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Independen :</b> <i>insider ownership</i>, profitabilitas, dan ukuran perusahaan.</li> <li>• <b>Dependen :</b> Nilai Perusahaan.</li> </ul>	<i>Insider ownership</i> , profitabilitas, dan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Paranita (2007)	Pengaruh <i>insider ownership</i> , kebijakan hutang, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan (Studi Empiris pada perusahaan manufaktur yang <i>listing</i> di Bursa Efek Jakarta (BEJ) periode tahun 2001-2005).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Independen :</b> <i>insider ownership</i>, kebijakan hutang, profitabilitas, dan ukuran perusahaan</li> <li>• <b>Dependen :</b> Nilai Perusahaan</li> </ul>	<i>Insider ownership</i> , kebijakan hutang, profitabilitas, dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
Nurlela & Islahuddin (2008)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan kepemilikan manajemen sebagai variabel <i>moderating</i> . (Studi Empiris pada perusahaan sektor non keuangan yang terdaftar di BEJ untuk tahun 2005).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Independen :</b> <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)</li> <li>• <b>Moderating :</b> Kepemilikan Manajemen</li> <li>• <b>Dependen :</b> Nilai Perusahaan</li> </ul>	<i>Corporate Social Responsibility</i> , persentase kepemilikan, serta interaksi antara <i>Corporate Social Responsibility</i> dengan persentase kepemilikan manajemen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
Rimba Kusumadi laga (2010)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel <i>Moderating</i> . (Studi Empiris pada perusahaan Manufaktur di BEI periode 2006 dan 2008).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Independen :</b> <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)</li> <li>• <b>Moderating :</b> Profitabilitas</li> <li>• <b>Dependen :</b> Nilai Perusahaan</li> </ul>	Hasil dari penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel CSR berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil lainnya menunjukkan bahwa variabel profitabilitas dengan indikator ROA sebagai variabel <i>moderating</i> tidak dapat mempengaruhi hubungan CSR dan nilai perusahaan.

<p><b>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</b></p> <p>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.</li> <li>Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.</li> </ol>	<p><b>Yustisia Puspaningrum (2014)</b></p> <p>Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel <i>Moderating</i>. (Studi Empiris pada perusahaan pertambangan di BEI periode 2011-2012)</p>	<p><b>Independen :</b> <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Kepemilikan Manajerial</p> <p><b>Moderating :</b> Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan</p> <p><b>Dependen :</b> Nilai Perusahaan</p>	<p>Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa CSR memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, Kepemilikan manajerial memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, Profitabilitas sebagai variabel <i>moderating</i> tidak dapat memoderasi pengaruh CSR dan Kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan dan Ukuran perusahaan memperkuat pengaruh CSR dan Kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan.</p>
--	--	--	--

**Sumber : Data yang diolah peneliti, 2017.**