

**PENGARUH PROFITABILITAS DAN PENGUNGKAPAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sektor Konsumsi
yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019)**

SKRIPSI

**Oleh:
FATHIAH NUR AFIFI
201710315114**



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2021**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi: : Pengaruh Profitabilitas dan Pengungkapan
Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai
Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan
Manufaktur Sektor Konsumsi yang Terdaftar di
Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019)

Nama Mahasiswa : Fathiah Nur Afifi

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710315114

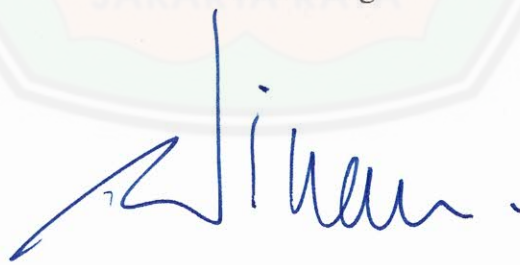
Program Studi/Fakultas : S1 Akuntansi/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 03 Juli 2021

Jakarta, 15 Juli 2021

MENYETUJUI,

Pembimbing



Wirawan Widjanarko, S.E., Ak., M.M., MBA., CMA
NIDN : 0322086605

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi: : Pengaruh Profitabilitas dan Pengungkapan
Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai
Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan
Manufaktur Sektor Konsumsi yang Terdaftar di
Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019)

Nama Mahasiswa : Fathiah Nur Afifi

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710315114

Program Studi/Fakultas : S1 Akuntansi/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 03 Juli 2021

Jakarta, 15 Juli 2021

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. David Pangaribuan, S.E., M.Si
NIDN : 0425076803


Penguji I : Wirawan Widjanarko, S.E., Ak., M.M.,
MBA., CMA
NIDN : 0322086605

Penguji II : Tutiek Yoganingsih, S.E., M.Si
NIDN : 0302016002

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Akuntansi

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Dr. Amor Marundha, S.E., Ak., M.Ak., CA
NIDN : 030196701


Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP
NIDN : 0318107101

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyusun tugas akhir yang berjudul “Pengaruh Profitabilitas dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur Sektor Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019)” dengan baik dan tepat waktu. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini penulis masih terdapat kesalahan-kesalahan dan kekurangan. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Prof. Dr. Nera Marinda Machdar, S.E., Ak., Pg. Dipl. Bus., MCom (Acctg.), CA., CSRS., CSRA., CSP., BKP selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Dr. Wastam Wahyu Hidayat, S.E., M.M selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
5. Bapak Ery Teguh Prasetyo, S.E., M.M selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
6. Bapak Maidani, S.E., M.Ak selaku Sekretaris Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
7. Bapak Dr. Amor Marundha, S.E., Ak., M.Ak., CA selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
8. Bapak Wirawan Widjanarko, S.E., Ak., M.M., MBA., CMA selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu penulis dalam penyusunan Skripsi ini.

9. Bapak Dr. David Pangaribuan, S.E., M.Si dan Ibu Tutiek Yoganingsih, S.E., M.Si selaku Dosen Penguji Skripsi Penulis.
10. Bapak Dodi Kurniawan, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis.
11. Para Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Akuntansi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang selama ini berjasa mengajar dalam setiap mata kuliah penulis.
12. Bapak Sukiman dan Ibu Rumbanah, selaku kedua orangtua yang selalu mendoakan dan memberi semangat serta melakukan kewajibannya dengan teramat baik memberikan dukungan, baik moril maupun materil yang akhirnya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini.
13. Kepada saudara Muhamad Hadiansyah, A.md yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini secara tepat waktu.
14. Sahabat saya Kristina dan Raena serta teman-teman Akuntansi 8C dari awal kuliah sampai akhir ini yang selalu memberikan motivasi dan memberikan semangat sehingga dapat menyelesaikan Skripsi ini secara tepat waktu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan sarannya dari semua pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi siapapun yang membacanya. Akhirnya kata penulis mohon maaf atas segala kekurangan dan kesalahan.

Jakarta, 03 Juli 2021

Penulis

Fathiah Nur Afifi

ABSTRAK

Fathiah Nur Afifi (201710315114). Pengaruh Profitabilitas dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sektor Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019). Dibawah bimbingan Wirawan Widjanarko, S.E., Ak., M.M., MBA., CMA.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji: (1) Pengaruh Profitabilitas (ROA) Terhadap Nilai Perusahaan (Tobin's Q). (2) Pengaruh pengungkapan CSR (GR1-G4) Terhadap Nilai Perusahaan (Tobin's Q). (3) Pengaruh Profitabilitas dan Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan dengan pendekatan kuantitatif pada 7 Perusahaan Manufaktur Sektor Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria yang telah ditentukan. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis linier berganda dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS 23. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa uji t menunjukkan nilai thitung > ttabel yaitu $3,187 > 1,697$ dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ dapat disimpulkan bahwa ROA secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Nilai thitung < ttabel yaitu $1,241 < 1,697$ dan nilai signifikansi $0,561 > 0,05$ dapat disimpulkan bahwa pengungkapan CSR secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan nilai uji F sebesar 8,781 dan nilai signifikansi 0,001. Ftabel untuk taraf signifikansi 5% yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebesar 3,32. Dari perhitungan tabel diatas dapat diperoleh nilai signifikansi lebih kecil dari nilai signifikansi pada umumnya, yaitu $0,001 < 0,05$ dan Fhitung lebih besar dari Ftabel, yaitu $8,781 > 3,32$. Sehingga H3 diterima dan dapat disimpulkan bahwa pengungkapan ROA dan CSR secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: CSR (*Corporate Social Responsibility*), Profitabilitas (ROA), Nilai Perusahaan (Tobin's Q).

ABSTRACT

Fathiah Nur Afifi (201710315114). *The Effect of Profitability and Corporate Social Responsibility Disclosure on Company Value (Empirical Study on Manufacturing Sector Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange 2015-2019)*. Under the guidance of Wirawan Widjanarko, S.E., Ak., M.M., MBA., CMA.

This study aims to examine: (1) the effect of profitability (ROA) on firm value (Tobin's Q). (2) The Effect of CSR (GRI-G4) on Firm Value (Tobin's Q). (3) The Effect of Profitability and CSR Disclosure on Firm Value with a quantitative approach to 7 Manufacturing Companies in the Consumption Sector listed on the Indonesia Stock Exchange in 2015-2019. The sampling method used purposive sampling technique with predetermined criteria. The data analysis method used is multiple linear analysis using the SPSS 23 application. The results show that the t-test shows the value of $t_{count} > t_{table}$ that is $3,187 > 1,697$ and a significance value of $0,001 < 0,05$. It can be said that ROA partially has a significant effect on firm value. . the value of $t_{count} < t_{table}$ that is $1,241 < 1,697$ and a significance value of $0,561 > 0,05$ can guarantee that CSR partially does not have a significant effect on firm value. The results of the study simultaneously showed the F test value of 8,781 and a significance value of 0,001. The Ftable for the 5% significance level obtained in this study is 3.28. From the calculation of the table above, it can be obtained that the significance value is smaller than the significance in general, namely $0.001 < 0.05$ and Fcount is greater than Ftable, which is $8,781 > 3,32$. So H3 is accepted and it can be said that ROA and CSR together have a significant effect on firm value.

Keywords: *CSR (Corporate Social Responsibility), Profitability (ROA), Firm Value (Tobin's Q).*

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Profitabilitas dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sektor Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019)” ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 03 Juli 2021

Yang membuat pernyataan,



Fathiah Nur Afifi

NIM : 201710315114

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	8
1.3. Pembatasan Masalah	8
1.4. Maksud dan Tujuan Penelitian	9
1.5. Manfaat Hasil Penelitian	10
1.6. Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1. Landasan Teori	12
2.1.1. Definisi Profitabilitas	12
2.1.2. Jenis-jenis Profitabilitas dan Pengukurannya	12
2.1.3. Tujuan dan Manfaat Profitabilitas	14
2.2. Landasan Teori <i>Social Responsibility</i>	14
2.2.1. Teori Stakeholder (<i>Stakeholders Theory</i>)	14
2.2.2. Pengertian CSR (<i>Corporate Social Responsibility</i>)	15
2.2.3. Tujuan dan Manfaat CSR (<i>Corporate Social Responsibility</i>)	16
2.3. Pengungkapan CSR (<i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i>)	17
2.3.1. Pengertian Pengungkapan CSR (<i>Corporate Social Responsibility</i>)	17
2.3.2. Kategori Pengungkapan CSR (<i>Corporate Social Responsibility</i>)	18

2.4. Nilai Perusahaan	19
2.4.1. Pengertian Nilai Perusahaan	19
2.4.2. Tujuan dan Manfaat Nilai Perusahaan.....	20
2.5. Peneliti Terdahulu	20
2.6. Kerangka Pemikiran.....	24
2.7. Hipotesis Penelitian	25
2.7.1 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan	26
2.7.2 Pengaruh Pengungkapan CSR (<i>Corporate Social Responsibility</i>) terhadap Nilai Perusahaan	26
2.7.3 Pengaruh Profitabilitas dan Pengungkapan CSR (<i>Corporate Social Responsibility</i>) secara bersama-sama terhadap Nilai Perusahaan	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1. Metode Penelitian	28
3.1.1. Objek dan Waktu Penelitian	28
3.1.2. Unit Penelitian	29
3.2. Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	29
3.2.1. Definisi Variabel Penelitian.....	29
3.2.2. Variabel Bebas X (<i>Independent Variable</i>)	29
3.2.3. Variabel Terikat Y (<i>Dependent Variable</i>).....	30
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.3.1. Sumber Data	32
3.3.2. Teknik Pengumpulan Data	33
3.3.3. Teknik Sampling Penelitian.....	33
3.3.4. Sampel Penelitian	36
3.4. Metode Analisis Data.....	37
3.4.1. Analisis Deskriptif.....	37
3.5. Teknik Analisis Data.....	38
3.5.1. Statistik Deskriptif.....	38
3.5.2. Uji Asumsi Klasik	38
3.6. Pengujian Hipotesis	41
3.6.1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	41
3.6.2. Uji Simultan (Uji F).....	42

3.6.3. Uji Parsial (Uji t)	42
3.6.4. Koefisien Determinasi/Determinan (R^2).....	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	44
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	44
4.2. Deskripsi Data.....	50
4.3. Analisis dan Interpretasi Hasil.....	54
4.3.1. Analisis Statistik Deskriptif.....	54
4.3.2. Uji Asumsi Klasik	55
4.3.2.1. Uji Normalitas	55
4.3.2.2. Uji Multikolonieritas	55
4.3.2.3. Uji Autokorelasi	56
4.3.2.4. Uji Heterokedastisitas.....	57
4.4. Pengujian Hipotesis	58
4.4.1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	58
4.4.2. Uji Simultan (Uji F).....	59
4.4.3. Uji Parsial (Uji t)	60
4.4.4. Koefisien Determinan (r^2).....	61
4.5. Interpretasi Hasil Penelitian	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	67
5.1. Kesimpulan	67
5.2. Keterbatasan Penelitian.....	68
5.3. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	30
Tabel 3.2	Kriteria Sampel Penelitian	35
Tabel 3.3	Daftar Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk menjadi Sampel Penelitian	36
Tabel 3.4	Pengambilan Ada Tidaknya Autokorelasi.....	40
Tabel 4.1	Perhitungan ROA	51
Tabel 4.2	Hasil Perhitungan Pengungkapan CSR.....	52
Tabel 4.3	Hasil Perhitungan Nilai Perusahaan (Tobin's Q)	53
Tabel 4.4	Hasil Uji Analisis Deskriptif.....	54
Tabel 4.5	Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	55
Tabel 4.6	Hasil Uji Normalitas.....	56
Tabel 4.7	Hasil Uji Autokorelasi.....	57
Tabel 4.8	Hasil Uji Heteroskedastisitas	58
Tabel 4.9	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	59
Tabel 4.10	Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F).....	60
Tabel 4.11	Hasil Uji Parsial (Uji t).....	61
Tabel 4.12	Hasil Koefisien Determinan (R^2)	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Rerata Profitabilitas pada 7 Perusahaan Manufaktur Sektor Konsumsi di BEI 2015-2019	4
Gambar 1.2 Rerata CSR pada 7 Perusahaan Manufaktur Sektor Konsumsi di BEI 2015-2019	4
Gambar 1.3 Rerata Nilai Perusahaan pada 7 Perusahaan Manufaktur Sektor Konsumsi di BEI 2015-2019	5
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	24

