

## ABSTRAK

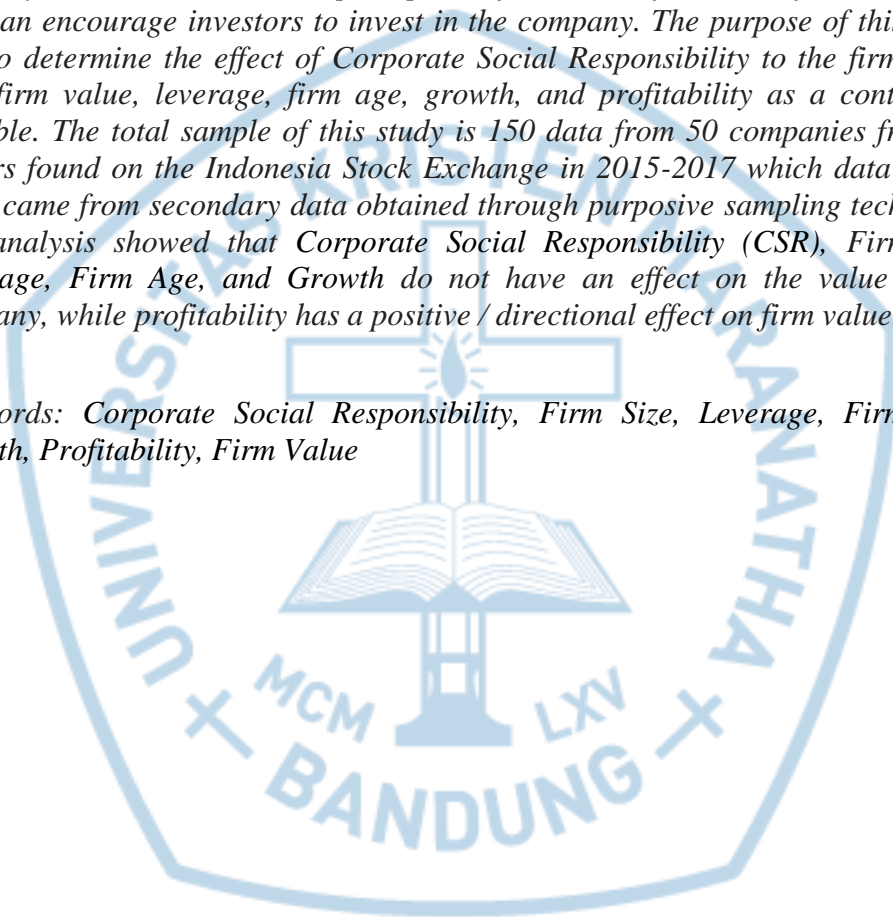
Praktik tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* di Indonesia telah diatur dalam Undang-undang. Kendati telah diatur dalam Undang-undang, nyatanya belum mampu menunjukkan hasil yang memuaskan. Masih banyak perusahaan yang enggan melakukan praktik *Corporate Social Responsibility*. Salah satu faktor yang menyebabkan rendahnya praktik *Corporate Social Responsibility* adalah masih beragam hasil mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan, dimana nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang dapat mendorong investor untuk berinvestasi pada perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan *firm size*, *leverage*, *firm age*, *growth*, dan profitabilitas sebagai variabel kontrol. Total sampel penelitian ini adalah 150 data dari 50 perusahaan yang berasal dari semua sektor yang terdapat di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2015-2017 yang mana data dalam penelitian ini berasal dari data sekunder yang diperoleh melalui teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Firm size*/Ukuran perusahaan, *Leverage*, *Firm Age*/Umur perusahaan dan *Growth*/pertumbuhan perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan Profitabilitas memiliki pengaruh positif/searah terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: *Corporate Social Responsibility*, *Firm Size*, *Leverage*, *Firm Age*, *Growth*, Profitabilitas, Nilai Perusahaan

## **ABSTRACT**

*The practice of social responsibility or Corporate Social Responsibility in Indonesia is regulated in the Law. Although it has been regulated in the Act, in fact it has not been able to show satisfactory results. One factor that causes low Corporate Social Responsibility practices is that there are still various results regarding the effect of Corporate Social Responsibility on corporate value, where company value is an investor's perception of the level of success of the company that can encourage investors to invest in the company. The purpose of this study was to determine the effect of Corporate Social Responsibility to the firm value with firm value, leverage, firm age, growth, and profitability as a controlling variable. The total sample of this study is 150 data from 50 companies from all sectors found on the Indonesia Stock Exchange in 2015-2017 which data in this study came from secondary data obtained through purposive sampling technique. The analysis showed that Corporate Social Responsibility (CSR), Firm size, Leverage, Firm Age, and Growth do not have an effect on the value of the company, while profitability has a positive / directional effect on firm value.*

*Keywords: Corporate Social Responsibility, Firm Size, Leverage, Firm Age, Growth, Profitability, Firm Value*

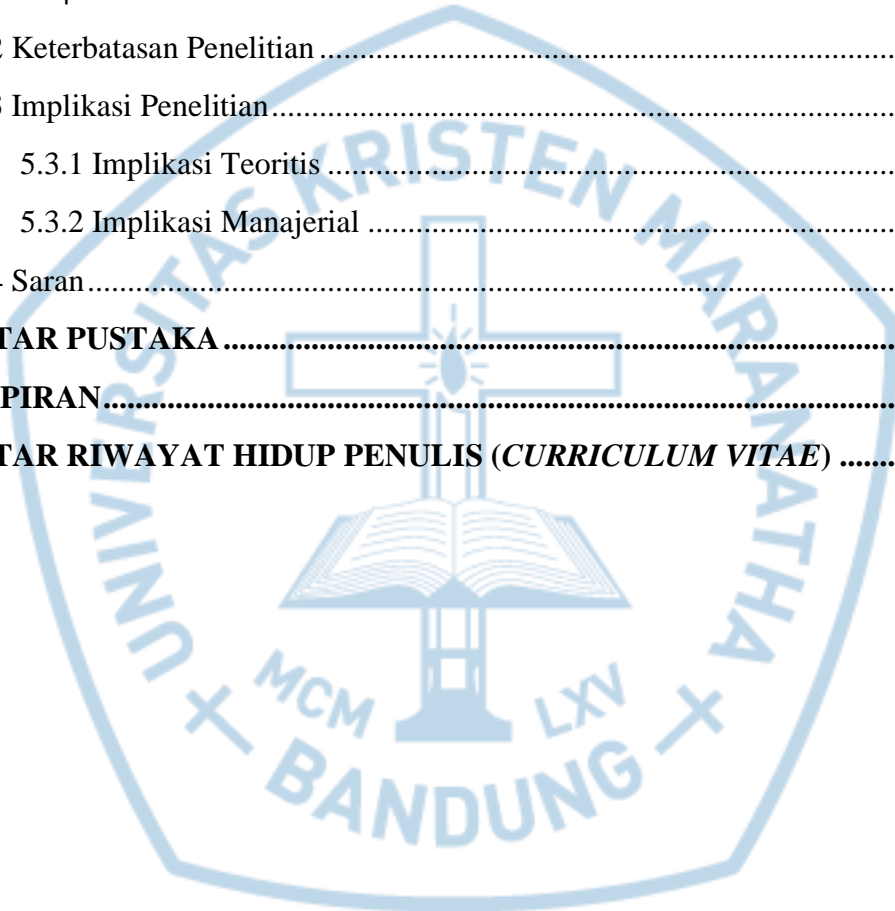


## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL BAHASA INDONESIA .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL BAHASA INGGRIS .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR .....</b>	<b>iv</b>
<b>SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Teori.....	5
1.4.2 Manfaat Praktik.....	5
1.4.3 Manfaat Kebijakan.....	5
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>6</b>
2.1 Kajian Pustaka .....	6
2.1.1 Teori Agensi.....	6
2.1.2 Teori Legitimasi.....	7
2.1.3 Teori <i>Stakeholder</i> .....	8
2.1.4 Teori Sinyal .....	8

2.1.5 CSR .....	9
2.1.5.1 Pengertian CSR .....	9
2.1.5.2 Manfaat CSR .....	11
2.1.5.3 Pengukuran CSR .....	11
2.1.6 Variabel Kontrol .....	12
2.1.7 Nilai Perusahaan .....	17
2.2 Penelitian Sebelumnya .....	18
2.3 Rerangka Pemikiran .....	41
2.4 Pengembangan Hipotesis .....	42
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>44</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	44
3.2 Populasi dan Sampel .....	44
3.2.1 Populasi .....	44
3.2.2 Sampel .....	45
3.3 Definisi Operasional Variabel .....	48
3.3.1 Variabel Independen .....	48
3.3.2 Variabel Kontrol .....	50
3.3.3 Variabel Dependen .....	51
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	52
3.5 Teknik Analisis Data .....	53
3.5.1 Statistik Deskriptif .....	53
3.5.2 Pengujian Asumsi Klasik .....	53
3.5.2.1 Uji Multikolinearitas .....	54
3.5.2.2 Uji Heterokedastisitas .....	54
3.5.2.3 Uji Autokorelasi .....	55
3.5.3 Analisis Regresi .....	55
3.5.3.1 Uji F .....	57
3.5.3.2 Uji T .....	57
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>58</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	58
4.1.1 Hasil Penelitian Deskriptif .....	58

4.2. Pembahasan.....	59
4.2.1 Uji Asumsi Klasik .....	60
4.2.2 Analisis Regresi.....	61
4.2.2.1 Uji Signifikansi Parsial ( <i>T-test</i> ).....	61
4.2.2.2 Uji Signifikansi Model ( <i>F-test</i> ).....	63
4.3 Pembahasan/Diskusi Hasil Penelitian .....	63
<b>BAB V Penutup .....</b>	<b>66</b>
5.1 Simpulan.....	66
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	67
5.3 Implikasi Penelitian.....	67
5.3.1 Implikasi Teoritis .....	67
5.3.2 Implikasi Manajerial .....	68
5.4 Saran.....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>70</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>76</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (<i>CURRICULUM VITAE</i>) .....</b>	<b>86</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Rerangka Teori.....	40
Gambar 2.2 Rerangka Pemikiran.....	41
Gambar 2.3 Model Penelitian.....	43



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Riset Empiris.....	24
Tabel 3.1 Data Perusahaan yang Menjadi Sampel.....	46
Tabel 3.2 Daftar Periksa CSR .....	48
Tabel 4.1 Tabel Statistik Deskriptif .....	58
Tabel 4.2 Tabel Uji Multikolinearitas.....	60
Tabel 4.3 Tabel Regresi .....	61



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Data Sampel.....	76
Lampiran B Output Penelitian .....	83

