

**ENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR),
PROFITABILITAS DAN *LEVERAGE* TERHADAP *MARKET VALUE ADDED*
(MVA)**

**(Studi Empiris Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di
Bursa Efek Indoneisa (BEI) Periode 2014-2017)**

SKRIPSI

Oleh

ASTRI MUSTOFA



**JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
INFORMATICS & BUSINESS INSTITUTE DARMAJAYA
BANDAR LAMPUNG**

2019



PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini, menyatakan bahwa skripsi yang saya ajukan ini adalah hasil karya saya sendiri, tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana disuatu perguruan tinggi atau karya pernah ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali secara tertulis dibaca dalam naskah ini dan disebut dalam daftar pustaka. Karya ini adalah milik saya dan pertanggungjawaban sepenuhnya berada dipundak saya.

Bandar Lampung, 20 April 2019


ASTRI MUSTOFA
NPM. 1312120030

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), Profitabilitas dan Leverage Terhadap Market Value Added (MVA) (Studi Empiris Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar DI Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2014 – 2017)

Nama Mahasiswa : ASTRI MUSTOFA

NPM : 1312120030

Program Studi : S1 Akuntansi

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam Sidang Akhir Studi guna memperoleh gelar SARJANA EKONOMI pada jurusan AKUNTANSI IIB DARMAJAYA



Pembimbing,

Nolita Yeni Siregar., S.E., M.SAk., Akt
NIK. 00420702

Ketua Jurusan Akuntansi

Anik Irawati, S.E., M.Sc
NIK. 01170305

HALAMAN PENGESAHAN

Telah diselenggarakan Sidang SKRIPSI dengan judul **Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), Profitabilitas dan Leverage Terhadap Market Value Added (MVA (Studi Empiris Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar DI Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2014 – 2017)** Untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar **SARJANA EKONOMI**, bagi mahasiswa :

Nama Mahasiswa : **ASTRI MUSTOFA**

NPM : **1312120030**

Jurusan : **S1 Akuntansi**

Dan telah dinyatakan **LULUS** oleh Dewan Penguji yang terdiri dari :

Nama

Status

Tanda Tangan

1. **Delli Maria., S.E., Msc**

-Ketua Sidang

2. **Pebrina Swissia., S.E., M.M**

-Anggota



Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis IIB Darmajaya

Prof. Ir. Zulkarnain Lubis, M.S, Ph.D

NIK. 14580718

RIWAYAT HIDUP

Astri Mustofa dilahirkan di Bandar Lampung pada tanggal 06 Maret 1994, merupakan anak kedua dari tiga bersaudara buah hati dari pasangan Bapak Musa dan Ibu Aisyah.

Penulis mengawali jenjang pendidikan Sekolah Dasar (SD) di SD Negeri 03 Sawah Brebes Bandar Lampung yang diselesaikan tahun 2006. Selanjutnya, penulis menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Negeri 12 Bandar Lampung pada tahun 2009, dan pada tahun 2012 penulis berhasil lulus dari jenjang Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA Negeri 12 Bandar Lampung.

Penulis terdaftar sebagai mahasiswa ekstensi jurusan S1 Akuntansi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis IIB Darmajaya pada pertengahan tahun 2013 dan mengambil mata kuliah pokok Akuntansi Keuangan. Dalam Rangka menyelesaikan studinya di IIB Darmajaya Bandar Lampung, penulis juga pernah mengikuti kegiatan Praktek Kuliah Pengabdian Masyarakat (PKPM) pada Februari 2017 di Pekon Tanjung Anom Kecamatan Kota Agung Timur, Kabupaten Tanggamus.

MOTTO

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap.”

(QS. Al-Insyirah : 6-8)

*“Do not pray for an easy life, pray for the strength
to endure a difficult one”*

(Bruce Lee)

“Jika kamu tidak mengejar apa yang kamu inginkan, maka kamu tidak akan mendapatkannya. Jika kamu tidak bertanya, maka jawabannya adalah tidak. Jika kamu tidak melangkah maju, kamu akan tetap berada di tempat yang sama.”

(Nora Roberts)

“The whole purpose of education is to turn mirrors into windows”

(Sydney J. Harris)

Man Jadda Wa Jadda

-Barang siapa yang bersungguh-sungguh akan mendapatkannya-

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*, *PROFITABILITAS* DAN
LEVERAGE TERHADAP *MARKET VALUE ADDED***

Oleh:

Astri Mustofa

Informatics & Business Institute Darmajaya

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan adanya pengaruh *corporate social responsibility*, *profitabilitas* dan *leverage* terhadap *market value added*. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2014 sampai 2017. Penelitian ini menggunakan 10 sampel perusahaan batu makanan dan minuman. Pengambilan sample pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah Statistik Deskriptif, Uji Asumsi Klasik dan Uji Regresi Berganda dengan alat analisis yang digunakan adalah SPSS versi 20 dengan tingkat kepercayaan 95%. Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa variabel *profitabilitas* berpengaruh terhadap *market value added* sedangkan variabel *leverage* dan *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap *market value added*.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Market Value Added*

EFFECT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, PROFITABILITY AND LEVERAGE ON MARKET VALUE ADDED

**By:
Astri Mustofa**

ABSTRACT

The objective of the study was to prove the effect of the *corporate social responsibility*, *profitability* and *leverage* on the *market value added*. The population in this study was the sub-food and beverage sector manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the period of 2014-2017. This study used the sample of 10 food and beverage companies. The sampling in this study used the *purposive sampling* method. The methods used in this study were the descriptive statistics, the classic assumption test and the multiple regression test with SPSS version 20 as the analysis tool used with the confidence level of 95%. Based on the results of the testing and the discussion it can be concluded that the variable of the profitability affected the *market value added*, while the variables of *leverage* and *corporate social responsibility* did not affect the *market value added*.

Keywords: *Corporate Social Responsibility, Profitability and Leverage on
Market Value Added*

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur “ Alhamdulillahirobbil Alamin” atas kehadiran Allah SWT karena berkah Rahmat dan karunia-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul : **“Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), Profitabilitas dan Leverage Terhadap Market Value Added (MVA) (Studi Empiris pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI)).**

Penulisan Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada program S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Perguruan Tinggi IIB Darmajaya Bandar Lampung.

Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak memperoleh bimbingan, keteladanan, dan bantuan dari berbagai pihak. Karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Ir. Firmansyah YA, MBA., M.Sc selaku Rektor IIB Darmajaya.
2. Bapak Prof. Ir. Zulkarnain Lubis, M.S, Ph.D selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomi IIB Darmajaya.
3. Ibu Anik Irawati, S.E, M.Sc selaku Ketua Jurusan Akuntansi IIB Darmajaya.
4. Ibu Rieka Ramadhaniyah, S.E, M.Sc,Dev selaku Sekretaris Jurusan Akuntansi IIB Darmajaya.
5. Ibu Nolita Yeni Siregar., S.E.,Akt.,M.S.Ak.,CA selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
6. Para Dosen, Staf dan Karyawan IIB Darmajaya yang telah memberi bantuan baik langsung maupun tidak langsung selama penulis menjadi mahasiswa disini.
7. Teristimewa untuk Bapak Musa Mustofa dan Ibu Aisyah , terima kasih sudah menjadi orang tua paling hebat dan paling sempurna untukku.
8. Kakakku Andri Mustofa dan Adikku Amelia Mustofa. Terima kasih telah memberikan dukungan serta semangat selama saya mengerjakan skripsi ini.

9. Sahabat Sekolah Menengah Atasku. Icha Julissa, Desi Afriani, Mardhitara Nanda Aulia, Ida Santika, Eka Agustina, Selvi Eliandita Terima kasih atas bantuan dan kebersamaan yang telah terjalin selama ini.
10. Teman-teman Sempati Squad, Ismi Mekadina, Murti, Inas, Neng Eka, Hikmah, Eka, Anggun, Ida, Yuni, Windy, Anggi dan mba Nisa.
11. Sahabat perkuliahan yang telah mendahului, Yusnita Sari, Aisyah, Awalia, Yulanda Sari, Ayang Kiki, Arin Rachman.
12. Sahabat perkuliahan, Aji Apriansyah, Dian Yura, Eva Maylia, dan Ary Hasnawati, Maya, Silva, Laras, Irma, Elsi. Terima kasih atas segala support, motivasi, hingga air mata serta kejadian-kejadian yang tak terlupakan sampai kita di titik ini semoga kita semua sukses di kehidupan selanjutnya.
13. Best Partner Adji Multi Laksana. Terima kasih telah memberikan semangat dan motivasi selama ini di dalam mengerjakan skripsiku.
14. Teman-teman seperjuangan Akuntansi 2013 dan 2014 yang tidak bisa saya tuliskan satu persatu terima kasih untuk semua dukungan dan semangat.
15. Almamaterku tercinta, IIB Darmajaya yang sudah memberi banyak wawasan dan pengalaman berharga.
16. Serta semua pihak dan rekan-rekan yang tidak dapat saya tuliskan satu persatu untuk semua dukungan kepada saya dalam penulisan skripsi ini.

Terima Kasih semoga amal dan perbuatan baik mereka dalam memberikan dukungan bagi saya mendapatkan balasan dari Allah SWT. Serta diharapkan skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca pada umumnya dan pada penulis khususnya.

Bandar Lampung, 20 April 2019

ASTRI MUSTOFA

NPM. 1312120030

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
RIWAYAT HIDUP	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
MOTTO	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup Penelitian.....	6
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.6 Sistematika Penulisan	7

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 <i>Signalling Theory</i>	9
2.2 Definisi <i>Market Value Added</i> (MVA).....	10
2.2.1 Manfaat <i>Market Value Added</i> (MVA)	12
2.3.1 Definisi <i>Corporate Social Responsibility</i>	13
2.3.2 Definisi <i>Leverage</i>	26
2.4 Penelitian Terdahulu	28
2.5 Kerangka Pemikiran.....	30
2.6 Bangunan Hipotesis	30
2.6.1 Pengaruh CSR Terhadap MVA.....	30

2.6.2 Pengaruh Profitabilitas Terhadap MVA	31
2.6.3 Pengaruh Leverage Terhadap MVA	32

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Sumber Data.....	33
3.2 Metode Pengumpulan Data	33
3.3 Populasi Dan sampel Penelitian	33
3.3.1 Populasi Penelitian	33
3.3.2 Sampel Penelitian.....	34
3.4 Variabel Dan Definisi Operasional Variabel	34
3.4.1. Variabel Bebas (X).....	34
3.4.2. Variabel Terikat (Y).....	34
3.5 Metode Analisis Data	36
3.5.1 Statistik Deskriptif	36
3.5.2 Uji Normalitas.....	37
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	37
3.5.4 Uji Heteroskedastisitas.....	37
3.5.5 Uji Koefisien Determinasi	39
3.5.6 Uji F	39
3.6. Pengujian Hipotesis (Uji t).....	40

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data.....	41
4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	41
4.2 Hasil Analisis Data.....	42
4.2.1 Statistik Deskriptif.....	42
4.2.2 Uji Normalitas Data.....	43
4.2.3 Uji Multikolinieritas	45
4.2.4 Uji Autokorelasi	45
4.2.5 Uji Heterokedastisitas.....	46
4.2.6 Uji Regresi Linier Berganda.....	47
4.2.7 Uji Koefisien Determinasi	49
4.2.8 Uji Kelayakan Model (Uji f)	50

4.3 Hasil Pengujian Hipotesis (Uji t)	51
4.4 Pembahasan.....	52
4.4.1 Pengaruh CSR Terhadap MVA	52
4.4.2 Pengaruh Profitabilitas Terhadap MVA.....	53
4.4.3 Pengaruh Leverage Terhadap MVA.....	54

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	55
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	55
5.3 Saran.....	55

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu Mengenai Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia, Pemanfaatan Teknologi Informasi, Penerapan Sistem Akuntansi Keuangan Daerah, Sistem Pengendalian Intern dan Kualitas Pelaporan Keuangan Daerah	19
Tabel 3.1	Indikator Variabel	29
Tabel 4.1	Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	39
Tabel 4.2	Profil Responden.....	40
Tabel 4.3	Statistik Deskriptif	42
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas.....	43
Tabel 4.5	Hasil Uji Reliabilitas.....	45
Tabel 4.6	Hasil Uji Normalitas	46
Tabel 4.7	Hasil Uji Multikolinieritas	47
Tabel 4.8	Hasil Uji Regresi	49
Tabel 4.9	Hasil Uji Koefisien Determinasi	51
Tabel 4.10	Hasil Uji F	51
Tabel 4.11	Hasil Uji T.....	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	22
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	48

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pasar modal memiliki peran penting bagi perekonomian suatu negara karena pasar modal menjalankan dua fungsi, yaitu sebagai sarana bagi pendanaan usaha atau sebagai sarana bagi perusahaan untuk mendapatkan dana dari masyarakat pemodal atau investor. Dana yang diperoleh dari pasar modal dapat digunakan untuk pengembangan usaha, ekspansi, penambahan modal kerja dan lain-lain. Pasar modal menjadi sarana bagi masyarakat untuk berinvestasi pada instrumen keuangan seperti saham, obligasi, reksa dana, dan lain-lain. Dengan demikian, masyarakat dapat menempatkan dana yang dimilikinya sesuai dengan karakteristik keuntungan dan risiko masing-masing instrumen keuangan. Pasar modal merupakan indikator kemajuan perekonomian suatu negara serta penunjang perkembangan ekonomi negara tersebut, karena didalamnya terjadi pertumbuhan berbagai aspek ekonomi dan teknologi yang akan selalu diperbaharui mengikuti permintaan pasar modal dalam negeri dan perkembangan pasar modal dunia (Gunawan,2015).

Harga saham suatu perusahaan mencerminkan nilai perusahaan di mata masyarakat, apabila harga saham suatu perusahaan tinggi, maka nilai perusahaan di mata masyarakat juga baik dan begitu juga sebaliknya. Oleh karena itu harga saham merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan. Pada umumnya kondisi persaingan menuntut setiap perusahaan membaca dengan baik terhadap situasi internalnya baik dibidang pemasaran, produksi, sumber daya manusia dan keuangan. Pengukuran kinerja keuangan perusahaan berdasarkan *earning* ini termasuk dalam analisis rasio yang mendasarkan kinerja pada *accounting profit*. Hal ini sesuai dengan tujuan diversifikasi untuk memaksimalkan laba. Dalam penelitian (Haryanto, 2015) menyatakan penggunaan pengukuran seperti ROA, ROE, dan rasio Tobin q. Namun Pengukuran kinerja berbasis rasio ini tidak cukup walaupun dapat mengetahui posisi perusahaan di tengah industri lain.

Pengukuran menggunakan analisis rasio memiliki kelemahan, yaitu tidak memperhatikan biaya modal dalam perhitungannya dan hanya melihat hasil akhir (laba perusahaan) tanpa memperhatikan risiko yang dihadapi perusahaan. Untuk mengatasi kelemahan yang dimiliki oleh pengukuran berbasis rasio tersebut maka digunakan pengukuran berdasarkan konsep nilai tambah. Pengukuran kinerja yang dapat digunakan *Market Value Added* (MVA) (Kurnia, 2015). Brigham dan Houston (2010) mendefinisikan *market value added* (MVA) sebagai perbedaan antara nilai pasar ekuitas suatu perusahaan dengan nilai buku seperti yang disajikan dalam neraca. Nilai pasar dihitung dengan mengalikan harga saham dengan jumlah saham yang beredar. *Market value added* (MVA) sebagai kemakmuran pemegang saham dimaksimumkan dengan memaksimumkan kenaikan nilai pasar dari modal perusahaan diatas nilai modal yang disetor pemegang saham.

Kemakmuran pemegang saham ini dapat dimaksimumkan dengan memaksimumkan perbedaan antara *market capitalization* dengan *book value of equity* yang diserahkan keperusahaan oleh para pemegang saham atau disebut dengan *Market Value Added* (MVA). Semakin besar *Market Value Added* (MVA), maka semakin berhasil pekerjaan manajemen mengelola perusahaan tersebut (Kurnia *etc*, 2015).

Secara umum perusahaan yang telah berdiri dalam rentang waktu yang cukup lama serta memiliki kinerja yang baguslah yang akan para investor tanamkan modalnya, hal ini di karena para investor pasti mengharapkan keuntungan dalam setiap investasi yang dilakukannya. Dalam hal ini perusahaan makanan dan minuman merupakan salah satu sektor yang dapat dijadikan pertimbangan dalam menanamkan modal hal ini dapat dilihat berdasarkan persentase rata-rata konsumsi penduduk Indonesia Tahun 2014-2016 (Martini, 2014).

Menurut (Gustiana, 2019) *Market Value Added* (MVA) adalah perbedaan antara nilai pasar ekuitas suatu perusahaan dengan nilai buku yang disajikan dalam neraca. Makin tinggi nilai *Market Value Added* (MVA), makin baik pekerjaan

yang telah dilakukan manajemen bagi pemegang saham perusahaan. Berikut adalah data *Market Value Added* (MVA) dari perusahaan industri makanan dan minuman yang terdaftar di BEI 2014-2017 :

Tabel 1.1
MVA dari perusahaan industri makanan dan minuman yang terdaftar di BEI 2014-2017

No	Kode	2014	2015	2016	2017
1	AISA	Rp 159.974.440	Rp 61.520.227	Rp 244.020.191	Rp 76.797.694
2	CEKA	Rp 52.564.531	Rp 11.413.145	Rp 56.198.244	Rp 22.400.747
3	DLTA	Rp 1.728.897.646	Rp 1.236.702.098	Rp 1.583.940.046	Rp 1.600.708.842
4	ICBP	Rp 1.468.028.612	Rp 1.710.850.676	Rp 2.627.242.852	Rp 2.876.608.074
5	INDF	Rp 379.331.584	Rp 166.151.012	Rp 246.119.926	Rp 231.073.315
7	MLBI	Rp 3.900.132.750	Rp 1.934.314.374	Rp 5.474.551.223	Rp 8.573.019.036
8	MYOR	Rp 7.864.340	Rp 47.908.780	Rp 84.305.630	Rp 132.977.779
9	SKBM	Rp 50.111.318	Rp 19.950.253	Rp 18.790.372	Rp 9.899.569
10	SKLT	Rp 8.589.493	Rp 10.715.522	Rp 8.601.363	Rp 10.327.209
11	STTP	Rp 91.012.358	Rp 174.501.633	Rp 274.589.326	Rp 785.583.685
Rata-rata		Rp 784.650.707	Rp 537.402.772	Rp 1.061.835.917	Rp 1.431.939.595

Sumber: www.sahamok.com

Berdasarkan tabel 1.1 diketahui bahwa rata-rata MVA perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2014 sebesar Rp784.650.707 meningkat menjadi Rp1.431.939.595 pada tahun 2017 akan tetapi menurun dratis menjadi Rp537.402.772 pada tahun 2015. Penurunan tersebut mengindikasikan bahwa terjadi penurunan harga saham pada subsektor makanan dan minuman (Pitaloka, 2017). Fenomena diatas menunjukkan hampir seluruh emiten mengalami pelemahan kinerja keuangan. Emiten konsumen yang konon cenderung defensif dari gejolak ekonomi turut merasakan dampak negatif perlambatan ekonomi tahun ini. Emiten barang konsumsi terbagi dalam beberapa sub-sektor, yakni makanan dan minuman, emiten rokok, farmasi, kosmetik, peralatan rumah tangga, dan emiten ritel.

Dari beberapa sub-sektor, emiten makanan dan minuman menjadi bisnis paling kebal terhadap perlambatan ekonomi. Seperti kasus pada PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk (AISA). Di semester I-2015, laba AISA masih naik 13% menjadi Rp

195 miliar. Pendapatan juga masih naik 28% menjadi Rp 3,1 triliun. Emiten makanan dan minuman lain, seperti PT Mayora Indah Tbk (MYOR) juga mencetak kenaikan laba bersih 95% secara tahunan (Prasetiono, 2017).

Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu bentuk dari bisnis etik. Menurut Gerry Johnson dan Kevan Scholes melalui bukunya yang berjudul *Explaining Corporate Strategy*, digambarkan bahwa etika bisnis memiliki tiga level area. Area pertama adalah level makro, yang kedua berada diantara level makro dan yang ketiga adalah level individual. Tanggung jawab sosial berada pada level diantara level makro dan individual. Melalui tanggung jawab sosial, perusahaan dapat memperhatikan masalah-masalah terkait etika yang dihadapi oleh perusahaan, termasuk kewajiban terhadap kepentingan berbagai macam *stakeholders*-nya menurut Johnson and Scholes dalam (Novian, 2013). *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki landasan hukum, seperti yang dituang dalam undang-undang tahun 2007 nomor 40 dan 25, sehingga wajib bagi perusahaan untuk melakukan dan mengungkapkan CSR dalam laporan tahunannya. Manfaat dari tanggung jawab sosial ini bermacam-macam, karena tanggung jawab sosial berpengaruh terhadap hampir seluruh aspek dalam perusahaan. Tanggung jawab sosial dapat digunakan sebagai strategi dari perusahaan, berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Martini, 2014), berpengaruh positif terhadap motivasi pekerja perusahaan dalam (Manurung, 2015), serta berpengaruh positif terhadap *Market Value Added* (MVA) yang merupakan salah satu pengukur kinerja perusahaan (Gunawan, 2015).

Kinerja keuangan juga diartikan sebagai penentuan ukuran-ukuran yang dapat mengukur keberhasilan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba. Bukan hanya laba (profit) dan keputusan saja yang terpenting melainkan juga perlu adanya keberlanjutan atau sustainability (Sari, 2016).

Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu pada tingkat penjualan, asset dan modal saham tertentu

dan merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggung jawaban sosial kepada pemegang saham, sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka akan semakin besar pula pengungkapan pertanggung jawaban sosialnya. Semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan untuk menjaga kepercayaan stakeholder, maka akan semakin besar pengungkapan informasi sosial yang dilakukan Perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi berarti menandakan bahwa terdapat kekuatan laba dalam nilai investasi pemegang saham. *profitabilitas* dapat menjadi indikator bahwa semakin besarnya nilai *profitabilitas* maka kesejahteraan pemegang saham akan semakin tinggi. Sebuah perusahaan yang menunjukkan *profitabilitas* yang tinggi dapat meningkatkan harga saham perusahaan tersebut karena dapat menjadi daya tarik bagi investor, dan tingkat kesejahteraan pemegang saham akan semakin meningkat. Sesuai dengan signalling theory, peningkatan *profitabilitas* akan memberikan sinyal positif kepada investor sehingga *profitabilitas* yang meningkat akan mempengaruhi peningkatan terhadap MVA (Sitorus, 2016).

Leverage memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu utang. Scott menyampaikan pendapat yang mengatakan bahwa semakin tinggi *leverage* kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba dimasa depan (Meriana, 2015). *Leverage* yang menguntungkan kalau pendapatan setelah dikurangi biaya variabel (contribution margin) lebih besar dari biaya tetapnya. Dengan demikian apabila biaya tetap perusahaan meningkat maka tidak akan menguntungkan. Nilai leverage ini dapat mempengaruhi keputusan pembelian saham terhadap investor karena dapat mengurangi laba perusahaan yang dapat berdampak pada return investor (Sitorus, 2016).

Penelitian ini melanjutkan dari penelitian yang dilakukan oleh (Kurnia *etc*, 2015). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah terletak pada tahun penelitian yaitu 2014-2017 dan penambahan satu variabel independen yaitu *leverage*, perusahaan yang memiliki rasio *leverage* tinggi akan dapat melaporkan laba sekarang yang lebih tinggi karena dalam hal ini rasio *leverage* digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat risiko tak tertagihnya suatu utang. Sesuai dengan teori sinyal peningkatan *leverage* akan memberikan sinyal negatif kepada investor karena *leverage* yang meningkat akan memberikan sensitifitas yang tinggi pada perubahan penjualan dan risiko keuangan yang tinggi sehingga *leverage* yang meningkat akan memberikan pengaruh penurunan terhadap nilai MVA.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian berjudul: **Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (Csr), *Profitabilitas* Dan *Leverage* Terhadap *Market Value Added* (MVA).**

1.2 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Objek dalam penelitian adalah perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Penelitian ini dilakukan selama 4 tahun yaitu tahun 2014-2017.
3. Variabel bebas yang digunakan adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR), *profitabilitas*, dan *leverage* sedangkan variabel terikatnya adalah *Market Value Added* (MVA).

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap *Market Value Added* (MVA)?
2. Apakah *Profitabilitas* berpengaruh terhadap *Market Value Added* (MVA)?
3. Apakah *Leverage* berpengaruh terhadap *Market Value Added* (MVA)?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Market Value Added* (MVA).
2. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh *Profitabilitas* terhadap *Market Value Added* (MVA).
3. Untuk membuktikan secara empiris pengaruh *Leverage* terhadap *Market Value Added* (MVA).

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dengan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi dalam pengambilan keputusan, khususnya dalam upaya meningkatkan kinerja perusahaan.

2. Bagi Investor

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi dalam pengambilan keputusan investasi pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

3. Bagi Akademik dan Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah perbendaharaan karya ilmiah dan dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya yang akan membahas topik berkaitan dengan *Market Value Added* (MVA).

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka penulis menyusun suatu sistematika penulisan yang berisi informasi

mengenai materi dan hal yang terbatas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang, ruang lingkup penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang teori-teori yang berkaitan dengan topik penelitian, referensi penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan bangunan hipotesis.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang sumber data, metode pengumpulan data, populasi dan sampel, variabel penelitian dan definisi operasional variabel, metode analisis data dan pengujian hipotesis.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab Keempat berisi penjelasan setelah diadakan penelitian. Hal tersebut mencakup deskripsi objek penelitian, analisis data, dan interpretasi hasil.

BAB V: SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang simpulan dari hasil penelitian dan saran yang diberikan penulis berdasarkan hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Pada bagian ini berisi tentang referensi buku, jurnal dan skripsi yang digunakan sebagai bahan kajian pustaka penelitian.

LAMPIRAN

Pada bagian ini berisi tentang lampiran populasi dan sampel penelitian serta data penelitian dan Output SPSS.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 *Signalling Theory*

Signalling theory menekankan kepada pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap keputusan investasi pihak di luar perusahaan. 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. Informasi yang lengkap, relevan, akurat dan tepat waktu sangat diperlukan oleh investor di pasar modal sebagai alat analisis untuk mengambil keputusan investasi (Haryanto, 2015).

Informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan signal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Jika pengumuman tersebut mengandung nilai positif, maka diharapkan pasar akan bereaksi pada waktu pengumuman tersebut diterima oleh pasar. Pada waktu informasi diumumkan dan semua pelaku pasar sudah menerima informasi tersebut, pelaku pasar terlebih dahulu menginterpretasikan dan menganalisis informasi tersebut sebagai signal baik (*good news*) atau signal buruk (*bad news*). Jika pengumuman informasi tersebut sebagai signal baik bagi investor, maka terjadi perubahan dalam volume perdagangan saham (Adila, 2016).

Hubungan *signaling theory* dengan faktor fundamental dan harga saham adalah karena fundamental perusahaan mencerminkan kondisi internal perusahaan. Perubahan fundamental perusahaan dapat mengakibatkan perubahan reaksi investor dalam mengambil keputusan investasinya. Oleh karena itu perubahan fundamental perusahaan yang positif dapat memberikan dampak yang positif bagi perusahaan dan perubahan fundamental perusahaan yang negatif dapat memberikan dampak yang negatif bagi perusahaan (Fitriani, 2012).

2.2 *Market Value Added (MVA)*

Brigham dan Houston (2012) mendefenisikan *market value added* (MVA) sebagai perbedaan antara nilai pasar ekuitas suatu perusahaan dengan nilai buku seperti yang disajikan dalam neraca. Nilai pasar dihitung dengan mengalikan harga saham dengan jumlah saham yang beredar. *Market value added* (MVA) sebagai kemakmuran pemegang saham dimaksimumkan dengan memaksimumkan kenaikan nilai pasar dari modal perusahaan diatas nilai modal yang disetor pemegang saham. *Market value added* (MVA) mencerminkan seberapa jauh kemampuan perusahaan mengalokasikan dana.

Nilai MVA mencerminkan pengaruh kenaikan atau penurunan *return* saham bagi investor. Analisis *return* saham dengan menggunakan *market value added* (MVA) jika alokasi dana perusahaan itu dapat terkendali sehingga mendapat arus kas bersih yang besar maka *return* saham yang didapat semakin tinggi, ini menandakan bahwa *market value added* (MVA) berhubungan dengan *return* saham. Sehingga dapat dikatakan bahwa *market value added* (MVA) berpengaruh positif terhadap *return* saham (Prasetiono, 2017).

Market Value Added (MVA) menurut Budi Rahardjo dalam (Yuliana, 2015) didefinisikan sebagai jumlah dimana nilai total perusahaan telah terapresiasi di atas jumlah nilai uang yang senyatanya diinvestasikan ke dalam perusahaan oleh para pemegang saham. Menurut (Novian,2013) *Market Value Added* (MVA) merupakan perbedaan antara nilai pasar ekuitas dengan ekuitas (modal sendiri) yang diserahkan ke perusahaan oleh para pemegang saham (pemilik perusahaan).

Menurut (Wulandari, 2016) “*Market Value Added*” (MVA) adalah perbedaan antara nilai pasar ekuitas suatu perusahaan dengan nilai buku seperti yang disajikan dalam neraca. Jadi, MVA adalah selisih antara nilai buku yang dicatat dengan nilai pasar. Semakin tinggi nilai MVA semakin baik pekerjaan yang telah dilakukan manajemen bagi pemegang saham perusahaan dan semakin berhasil pekerjaan manajemen mengelola perusahaan tersebut.

Stewart and Stern dalam (Rahayu, 2017) mengembangkan indikator yang dapat digunakan untuk menilai kinerja sebuah perusahaan dan menentukan nilai perusahaan tersebut dengan *Market Value Added* (MVA). *Market Value Added* (MVA) mampu mencerminkan ekspektasi pemegang saham terhadap perusahaan dalam menciptakan kekayaan dimasa yang akan datang. Aisyana dan Yen Sun (2012) menjelaskan bahwa *Market Value Added* (MVA) juga memperlihatkan kepada investor kinerja manajer keuangan perusahaan yang telah mengalokasikan sumber daya yang dimiliki secara efisien sehingga dapat memberikan keuntungan ekonomis.

Hasil *Market Value Added* (MVA) yang positif menunjukkan bahwa perusahaan dapat membuat pemegang sahamnya lebih makmur, sebaliknya jika hasil *Market Value Added* (MVA) tidak terlalu baik maka akan mengurangi kekayaan pemegang saham. Semakin besar *Market Value Added* (MVA), maka semakin berhasil pekerjaan manajemen mengelola perusahaan tersebut. Informasi-informasi yang dibutuhkan investor dalam menilai kinerja perusahaan dapat berfluktuasi setiap tahunnya. Maka dari itu dibutuhkan analisis yang tepat untuk mengukur kinerja perusahaan tersebut. *Market Value Added* (MVA) menjadi salah satu indikator untuk mengukur kinerja perusahaan sekaligus memperlihatkan tingkat kemakmuran pemegang sahamnya.

Brigham dan Houston (2010) mendefinisikan *market value added* (MVA) sebagai Perbedaan antara nilai pasar ekuitas suatu perusahaan dengan nilai buku seperti yang disajikan dalam neraca. Nilai pasar dihitung dengan mengalikan harga saham dengan jumlah saham yang beredar. *Market value added* (MVA) sebagai kemakmuran pemegang saham dimaksimumkan dengan memaksimumkan kenaikan nilai pasar dari modal perusahaan diatas nilai modal yang disetor pemegang saham. *arket value added* (MVA) mencerminkan seberapa jauh kemampuan perusahaan mengalokasikan dana. Nilai *Market value added* (MVA) mencerminkan pengaruh kenaikan atau penurunan *return* saham bagi investor.

2.2.1 Manfaat Penerapan (*Market Value Added*) MVA

Menurut Wiweko dalam (Manurung, 2015) mengemukakan manfaat dari *Market Value Added* (MVA) yang dapat diaplikasikan pada perusahaan antara lain :

- a. Sebagai alat mengukur nilai tambah dari perusahaan guna meningkatkan kesejahteraan bagi pemegang saham.
- b. Dengan *Market Value Added* (MVA) investor dapat melakukan tindakan antisipasi sebelum mengambil keputusan investasi.
- c. *Market Value Added* (MVA) dapat dijadikan sebagai alat pengukur atau penilaian peningkatan kekayaan para pemegang saham perusahaan.

Menurut Brigham & Houston dalam (Martini, 2014) semakin besar *Market Value Added* (MVA) maka semakin baik bagi perusahaan. *Market Value Added* (MVA) yang negatif berarti nilai dari investasi yang dijalankan manajemen kurang dari modal yang diserahkan kepada perusahaan oleh pasar modal, hal ini berarti kekayaan telah dimusnahkan.

2.2.3 Keunggulan dan Kelemahan (*Market Value Added*) MVA

Menurut Baridwan dan Legowo dalam (Gunawan, 2015) berpendapat bahwa keunggulan MVA antara lain karena MVA merupakan ukuran tunggal dan dapat berdiri sendiri. Konsep MVA tidak membutuhkan analisis *trend* maupun norma industri, sehingga sangat memudahkan pihak manajemen dan penyedia dana dalam menilai kinerja perusahaan. Tidak hanya keunggulan, MVA juga memiliki kekurangan secara konseptual sebagai tolak ukur kumulatif dari kinerja.

Brigham & Houston (2012) mengungkapkan kelemahan-kelemahan tersebut antara lain bahwa MVA mengabaikan kesempatan biaya modal yang diinvestasikan dalam perusahaan, selain itu pengukuran *Market Value Added* (MVA) konvensional gagal memperhitungkan pengembalian uang kas pada masa yang lalu kepada pemegang saham.

2.3.1 *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Ide tanggung jawab sosial pada dasarnya adalah bagaimana perusahaan memberi perhatian kepada lingkungannya, terhadap dampak yang terjadi akibat kegiatan operasional perusahaan. CSR adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan stakeholders yang melebihi tanggung jawab di bidang hukum. Kepedulian perusahaan yang menyisihkan sebagian keuntungannya (profit) bagi kepentingan pembangunan manusia (people) dan lingkungan (planet) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur (procedure) yang tepat dan professional merupakan wujud nyata dari pelaksanaan CSR di Indonesia dalam upaya penciptaan kesejahteraan bagi masyarakat Indonesia. Beragam cara yang dilakukan perusahaan untuk menjalankan CSR. Ada perusahaan yang mendirikan yayasan atau organisasi sosial perusahaan, bekerja sama dengan pihak lain atau dengan menjalankan sendiri CSR mulai dari perencanaan hingga implementasinya, serta ada juga perusahaan yang bergabung dalam sebuah konsorsium untuk secara bersama-sama menjalankan CSR (Adila,2016).

2.2.1 *Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR Disclosure)*

CSR merupakan suatu bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sosialnya yang turut serta merasakan dampak atas aktivitas operasional perusahaan. CSR diwujudkan agar terjaga keseimbangan diantara pelaku bisnis dan sekitarnya semua pihak tidak ada yang dirugikan. Pengungkapan tanggung jawab adalah proses pengkomunikasian efek-efek sosial dan lingkungan atas tindakan-tindakan ekonomi perusahaan pada kelompok-kelompok tertentu dalam masyarakat dan pada masyarakat secara keseluruhan (Novian,2013). Ada 2 jenis pengungkapan dalam pelaporan keuangan yang telah ditetapkan oleh badan yang memiliki otoritas di pasar modal. Yang pertama adalah pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*), yaitu informasi yang harus diungkapkan oleh emiten yang diatur oleh peraturan pasar modal di suatu Negara. Sedangkan yang kedua adalah pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*), yaitu pengungkapan yang

dilakukan secara sukarela oleh perusahaan tanpa diharuskan oleh standar yang ada (Fitriyani, 2012).

Total indikator dalam GRI tersebut adalah 91 yang terdiri dari Indikator yang digunakan meliputi 13 item lingkungan, 7 item energi, 8 item kesehatan dan keselamatan kerja, 29 item lain-lain tenaga kerja, 10 item produk, 9 item keterlibatan masyarakat, dan 2 item umum. tanggung jawab atas produk (www.globalreporting.org). Berikut adalah 91 indikator berdasarkan GRI-G4:

Tabel 2.1
91 Indikator Berdasarkan GRI-G4

KATEGORI EKONOMI		
Kinerja Ekonomi	EC1	Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan
	EC2	Implikasi finansial dan risiko serta peluang lainnya kepada kegiatan organisasi karena perubahan iklim
	EC3	Cakupan kewajiban organisasi atas program imbalan pasti
	EC4	Bantuan finansial yang diterima dari pemerintah
Keberadaan Pasar	EC5	Rasio upah standar pegawai pemula (<i>entry level</i>) menurut gender dibandingkan dengan upah minimum regional di lokasi-lokasi operasional yang signifikan
	EC6	Perbandingan manajemen senior yang dipekerjakan dari masyarakat lokal di lokasi operasi yang signifikan
Dampak Ekonomi Tidak Langsung	EC7	Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur dan jasa yang diberikan
	EC8	Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk besarnya dampak

Praktik Pengadaan	EC9	Perbandingan pembelian dari pemasok lokal di lokasi operasional yang signifikan
KATEGORI LINGKUNGAN		
Bahan	EN1	Bahan yang digunakan berdasarkan berat atau volume
	EN2	Persentase bahan yang digunakan yang merupakan bahan input daur ulang
KATEGORI LINGKUNGAN		
Energi	EN3	Konsumsi energi dalam organisasi
	EN4	Konsumsi energi diluar organisasi
	EN5	Intensitas Energi
	EN6	Pengurangan konsumsi energy
Air	EN7	Konsumsi energi diluar organisasi
	EN8	Total pengambilan air berdasarkan sumber
	EN9	Sumber air yang secara signifikan dipengaruhi oleh pengambilan air
	EN10	Persentase dan total volume air yang didaur ulang dan digunakan kembali
Keanekaragaman Hayati	EN11	Lokasi-lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola didalam, atau yang berdekatan dengan, kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi diluar kawasan lindung
	EN12	Uraian dampak signifikan kegiatan, produk, dan jasa terhadap keanekaragaman hayati di kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi diluar kawasan lindung
	EN13	Habitat yang dilindungi dan dipulihkan
	EN14	Jumlah total spesies dalam iucn red list dan

		spesies dalam daftar spesies yang dilindungi nasional dengan habitat di tempat yang dipengaruhi operasional, berdasarkan tingkat risiko kepunahan
KATEGORI EKONOMI		
Emisi	EN15	Emisi gas rumah kaca (GRK) langsung (Cakupan 1)
	EN16	Emisi gas rumah kaca (GRK) energi tidak langsung (Cakupan 2)
	EN17	Emisi gas rumah kaca (GRK) tidak langsung lainnya (Cakupan 3)
	EN18	Intensitas emisi gas rumah kaca (GRK)
	EN19	Pengurangan emisi gas rumah kaca (GRK)
	EN20	Emisi bahan perusak ozon (BPO)
	EN21	NOX, SOX, dan emisi udara signifikan lainnya
Efluen dan Limbah	EN22	Total air yang dibuang berdasarkan kualitas dan tujuan
	EN23	Bobot total limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan
	EN24	Jumlah dan volume total tumpahan signifikan
KATEGORI EKONOMI		
Efluen dan Limbah	EN25	Bobot limbah yang dianggap berbahaya menurut ketentuan konvensi Basel2 Lampiran I, II, III, dan VIII yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah, dan persentase limbah yang diangkut untuk pengiriman internasional
	EN26	Identitas, ukuran, status lindung, dan nilai keanekaragaman hayati dari badan air dan habitat terkait yang secara signifikan terkena dampak dari pembuangan dan air limpasan dari

		organisasi
Produk dan Jasa	EN27	Tingkat mitigasi dampak terhadap dampak lingkungan produk dan jasa
	EN28	Persentase produk yang terjual dan kemasannya yang direklamasi menurut kategori
Kepatuhan	EN29	Nilai moneter denda signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan lingkungan
Transportasi	EN30	Dampak lingkungan signifikan dari pengangkutan produk dan barang lain serta bahan untuk operasional organisasi, dan pengangkutan tenaga kerja
Lain-lain	EN31	Total pengeluaran dan investasi perlindungan lingkungan berdasarkan jenis
Asesmen Pemasok Atas Lingkungan	EN32	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria lingkungan
	EN33	Dampak lingkungan negatif signifikan aktual dan potensial dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
Mekanisme Pengaduan Masalah Lingkungan	EN34	Jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
KATEGORI SOSIAL		
SUB-KATEGORI: PRAKTEK KETENAGAKERJAAN DAN KENYAMANAN BEKERJA		
Kepegawaian	LA1	Jumlah total dan tingkat perekrutan karyawan baru dan turnover karyawan menurut kelompok umur, gender, dan wilayah

	LA2	Tunjangan yang diberikan bagi karyawan purnawaktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atau paruh waktu, berdasarkan lokasi operasi yang signifikan
	LA3	Tingkat kembali bekerja dan tingkat retensi setelah cuti melahirkan, menurut gender
KATEGORI SOSIAL SUB-KATEGORI: PRAKTEK KETENAGAKERJAAN DAN KENYAMANAN BEKERJA		
Hubungan Industrial	LA4	Jangka waktu minimum pemberitahuan mengenai perubahan operasional, termasuk apakah hal tersebut tercantum dalam perjanjian bersama
Kesehatan dan Keselamatan Kerja	LA5	Persentase total tenaga kerja yang diwakili dalam komite bersama formal manajemen-pekerja yang membantu mengawasi dan memberikan saran program kesehatan dan keselamatan kerja
	LA6	Jenis dan tingkat cedera, penyakit akibat kerja, hari hilang, dan kemangkiran, serta jumlah total kematian akibat kerja, menurut daerah dan gender
	LA7	Pekerja yang sering terkena atau berisiko tinggi terkena penyakit yang terkait dengan pekerjaan mereka
	LA8	Topik kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian formal dengan serikat pekerja
Pelatihan dan Pendidikan	LA9	Jam pelatihan rata-rata per tahun per karyawan menurut gender, dan menurut kategori karyawan

	LA10	Program untuk manajemen keterampilan dan pembelajaran seumur hidup yang mendukung keberkelanjutan kerja karyawan dan membantu mereka mengelola purna bakti
	LA11	Persentase karyawan yang menerima review kinerja dan pengembangan karier secara reguler, menurut gender dan kategori karyawan
KATEGORI SOSIAL SUB-KATEGORI: PRAKTEK KETENAGAKERJAAN DAN KENYAMANAN BEKERJA		
Keberagaman dan Kesetaraan Peluang	LA12	Komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan per kategori karyawan menurut gender, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan indikator keberagaman lainnya
Kesetaraan Remunerasi Perempuan dan Laki-laki	LA13	Rasio gaji pokok dan remunerasi bagi perempuan terhadap laki-laki menurut kategori karyawan, berdasarkan lokasi operasional yang signifikan
KATEGORI SOSIAL SUB-KATEGORI: PRAKTEK KETENAGAKERJAAN DAN KENYAMANAN BEKERJA		
Asesmen Pemasok Terkait Praktik Ketenagakerjaan	LA14	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria praktik ketenagakerjaan
	LA15	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap praktik ketenagakerjaan dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
Mekanisme pengaduan masalah	LA16	Jumlah pengaduan tentang praktik ketenagakerjaan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan

ketenagakerjaan		resmi
SUB-KATEGORI: HAK ASASI MANUSIA		
Investasi	HR1	Jumlah total dan persentase perjanjian dan kontrak investasi yang signifikan yang menyertakan klausul terkait hak asasi manusia atau penapisan berdasarkan hak asasi manusia
	HR2	Jumlah waktu pelatihan karyawan tentang kebijakan atau prosedur hak asasi manusia terkait dengan Aspek hak asasi manusia yang relevan dengan operasi, termasuk persentase karyawan yang dilatih
Non-Diskriminasi	HR3	Jumlah total insiden diskriminasi dan tindakan korektif yang diambil
Kebebasan Berserikat dan Perjanjian Kerja Bersama	HR4	Operasi pemasok teridentifikasi yang mungkin melanggar atau berisiko tinggi melanggar hak untuk melaksanakan kebebasan berserikat dan perjanjian kerja bersama, dan tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut
Pekerja Anak	HR5	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan eksploitasi pekerja anak dan tindakan yang diambil untuk berkontribusi dalam penghapusan pekerja anak yang efektif
SUB-KATEGORI: HAK ASASI MANUSIA		
Pekerja Paksa Atau Wajib Kerja	HR6	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan pekerja paksa atau wajib kerja dan tindakan untuk berkontribusi dalam penghapusan segala bentuk pekerja paksa atau wajib kerja
Praktik	HR7	Persentase petugas pengamanan yang dilatih

Pengamanan		dalam kebijakan atau prosedur hak asasi manusia di organisasi yang relevan dengan operasi
SUB-KATEGORI: HAK ASASI MANUSIA		
Hak Adat	HR8	Jumlah total insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat dan tindakan yang diambil
Asesmen	HR9	Jumlah total dan persentase operasi yang telah melakukan reviu atau asesmen dampak hak asasi manusia
Asesmen Pemasok Atas Hak Asasi Manusia	HR10	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria hak asasi manusia
	HR11	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap hak asasi manusia dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
Mekanisme Pengaduan Masalah Hak Asasi Manusia	HR12	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap hak asasi manusia yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan formal
SUB-KATEGORI: MASYARAKAT		
Masyarakat Lokal	SO1	Persentase operasi dengan pelibatan masyarakat lokal, asesmen dampak, dan program pengembangan yang diterapkan
	SO2	Operasi dengan dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat lokal
Anti-Korupsi	SO3	Jumlah total dan persentase operasi yang dinilai terhadap risiko terkait dengan korupsi dan risiko signifikan yang teridentifikasi
	SO4	Komunikasi dan pelatihan mengenai kebijakan

		dan prosedur anti-korupsi
	SO5	Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil
Kebijakan Publik	SO6	Nilai total kontribusi politik berdasarkan negara dan penerima/penerima manfaat
Anti Persaingan	SO7	Jumlah total tindakan hukum terkait Anti Persaingan, anti-trust, serta praktik monopoli dan hasilnya
SUB-KATEGORI: MASYARAKAT		
Kepatuhan	SO8	Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan
SUB-KATEGORI: HAK ASASI MANUSIA		
SUB-KATEGORI: MASYARAKAT		
Kepatuhan	SO8	Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan
Asesmen Pemasok Atas Dampak Terhadap Masyarakat	SO9	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria untuk dampak terhadap masyarakat
	SO10	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
Mekanisme Pengaduan Dampak Terhadap Masyarakat	SO11	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap masyarakat yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
SUB-KATEGORI: TANGGUNGJAWAB ATAS PRODUK		
Kesehatan Keselamatan	PR1	Persentase kategori produk dan jasa yang signifikan dampaknya terhadap kesehatan dan

Pelanggan		keselamatan yang dinilai untuk peningkatan
	PR2	Total jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dampak kesehatan dan keselamatan.
Pelabelan Produk dan Jasa	PR3	Jenis informasi produk dan jasa yang diharuskan oleh prosedur organisasi terkait dengan informasi dan pelabelan produk.
	PR4	Jumlah total Insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dengan informasi.
	PR5	Hasil survei untuk mengukur kepuasan pelanggan
Komunikasi Pemasaran	PR6	Penjualan produk yang dilarang atau disengketakan
	PR7	Jumlah total Insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela tentang komunikasi pemasaran.
Privasi Pelanggan	PR8	Jumlah total keluhan yang terbukti terkait dengan pelanggaran.
SUB-KATEGORI: TANGGUNGJAWAB ATAS PRODUK		
Kepatuhan	PR9	Nilai moneter denda yang signifikan atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan terkait penyediaan dan penggunaan produk dan jasa

Sumber: www.globalreporting.org. (Data Diolah)

2.3.2 Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu pada tingkat penjualan, asset dan modal saham tertentu.

Profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. *Profitabilitas* diukur menggunakan *proxy Return On Assets* (ROA) atau sering disebut *return on investment* merupakan rasio untuk mengukur efektivitas perusahaan didalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimiliki. *Return on assets* juga menjadi indikator bahwa suatu perusahaan dapat memanfaatkan sumber daya keuangannya untuk menghasilkan nilai bagi pemegang saham. Semakin besar *return on assets* dari suatu perusahaan maka akan semakin baik kinerja keuangan perusahaan (Novasari, 2013).

Tujuan utama yang ingin dicapai perusahaan yang terpenting adalah memperoleh laba atau keuntungan yang maksimal. Dengan memperoleh laba atau keuntungan yang maksimal seperti yang telah ditargetkan, perusahaan dapat berbuat banyak bagi kesejahteraan pemilik, karyawan, serta meningkatkan mutu produk dan melakukan investasi baru. Maka manajemen haruslah dituntut untuk memenuhi target yang telah ditetapkan. Rasio profitabilitas yaitu rasio untuk mengukur tingkat efektifitas pengelolaan (manajemen) perusahaan yang ditunjukkan oleh jumlah keuntungan yang dihasilkan dari penjualan dan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan (Rohmimatin, 2016).

Dalam penelitian ini *proxy* untuk mengukur *Profitabilitas* menggunakan *Return On Assets* (ROA) atau sering disebut *return on investment* merupakan rasio untuk mengukur efektivitas perusahaan didalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimiliki. *Return on assets* juga menjadi indikator bahwa suatu perusahaan dapat memanfaatkan sumber daya keuangannya untuk menghasilkan nilai bagi pemegang saham. Semakin besar *return on assets* dari suatu perusahaan maka akan semakin baik kinerja keuangan perusahaan (Oktalia, 2014).

Return on Asset merupakan rasio untuk mengukur tingkat pengembalian aktiva. Rasio ini dihitung dengan membandingkan laba setelah beban bunga dan dan pajak dengan total aktiva. *Return On Assets* merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa suatu perusahaan dengan tingkat *return on assets* yang tinggi akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut, karena dianggap perusahaan tersebut dapat menghasilkan laba yang tinggi dan pada akhirnya akan berdampak positif terhadap nilai dividen yang akan diterima oleh pemegang saham perusahaan tersebut (Pangestuti, 2016).

Beberapa ahli mendefinisikan *Return On Asset* sebagai berikut, Definisi *Return On Asset* (ROA) yaitu “*Return On Asset* (ROA) yaitu rasio antara *Net Income After Tax* terhadap aset secara keseluruhan menunjukkan ukuran produktivitas aktiva dalam memberikan pengembalian pada penanaman modal. *Return on Asset* yaitu, Rasio imbalan aktiva (ROA) merupakan suatu ukuran keseluruhan profitabilitas perusahaan (Gunawan, 2015). Dari definisi-definisi di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa *Return On Asset* merupakan rasio imbalan aktiva dipakai untuk mengevaluasi apakah manajemen telah mendapat imbalan yang memadai (*Reasonable Return*) dari aset yang dikuasainya (Munandar, 2016).

Sebuah perusahaan yang menunjukkan *profitabilitas* yang tinggi dapat meningkatkan harga saham perusahaan tersebut karena dapat menjadi daya tarik bagi investor, dan tingkat kesejahteraan pemegang saham akan semakin meningkat. Sesuai dengan signalling theory, peningkatan *profitabilitas* akan memberikan sinyal positif kepada investor sehingga *profitabilitas* yang meningkat akan mempengaruhi peningkatan terhadap MVA (Sitorus, 2016).

2.3.2 *Leverage*

Rasio *Leverage* merupakan proporsi total hutang terhadap rata-rata ekuitas pemegang saham. Rasio tersebut digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu hutang. Menurut Scott dalam (Meriana, 2015) menyampaikan pendapat yang mengatakan bahwa semakin tinggi leverage kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi dibandingkan laba dimasa depan. Dengan laba yang dilaporkan lebih tinggi akan mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian utang.

Rasio Leverage yang sering digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjangnya adalah *Debt to Equity Ratio* (DER). Rasio ini dicari dengan cara membandingkan antara seluruh utang, termasuk utang lancar dengan seluruh ekuitas. *Debt to Equity Ratio* memberikan jaminan tentang seberapa besar hutang perusahaan yang dijamin dengan modal perusahaan sendiri yang digunakan sebagai sumber pendanaan usaha (Kurnia, 2015). Rasio ini menunjukkan komposisi atau struktur modal dari total pinjaman (hutang) terhadap total modal yang dimiliki perusahaan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjangnya. *Debt to Equity Ratio* (DER) adalah perbandingan antara total utang dengan total modal. *Debt to Equity Ratio* (DER) digunakan untuk mengukur tingkat penggunaan hutang terhadap total *shareholder's equity* yang dimiliki perusahaan (Martini, 2014).

Menurut (Pitaloka, 2017), “*Debt to equity is computed by simply dividing the total debt of the firm (including current liabilities) by its shareholders equity*”. *Debt to Equity Ratio* (DER) dapat memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki oleh perusahaan sehingga dapat dilihat tingkat risiko tak terbayarkan suatu hutang. *Debt to Equity Ratio* (DER) juga menunjukkan tingkat hutang perusahaan, perusahaan dengan hutang yang besar mempunyai biaya hutang yang besar pula.

Hal tersebut menjadi beban bagi perusahaan yang dapat menurunkan tingkat kepercayaan investor. Para investor cenderung menghindari saham-saham yang memiliki *Debt to Equity Ratio* (DER) yang tinggi. Ketika terdapat penambahan jumlah hutang secara absolut maka akan menurunkan tingkat solvabilitas perusahaan, yang selanjutnya akan berdampak dengan menurunnya nilai *return* perusahaan. *Debt to Equity Ratio* (DER) atau rasio utang atas modal adalah menggambarkan sampai sejauh mana modal pemilik dapat menutupi hutang-hutang pada pihak luar (Pangestuti, 2016). Menurut Horne dan Wachoviz dalam (Novasari, 2013), “*Debt to equity is computed by simply dividing the total debt of the firm (including current liabilities) by its shareholders equity*”. *Debt to Equity Ratio* (DER) dapat memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki oleh perusahaan sehingga dapat dilihat tingkat risiko tak terbayarkan suatu hutang. *Debt to Equity Ratio* (DER) juga menunjukkan tingkat hutang perusahaan, perusahaan dengan hutang yang besar mempunyai biaya hutang yang besar pula. Hal tersebut menjadi beban bagi perusahaan yang dapat menurunkan tingkat kepercayaan investor. Para investor cenderung menghindari saham-saham yang memiliki *Debt to Equity Ratio* (DER) yang tinggi. Ketika terdapat penambahan jumlah hutang secara absolut maka akan menurunkan tingkat solvabilitas perusahaan, yang selanjutnya akan berdampak dengan menurunnya nilai *return* perusahaan (Susilo, 2013).

Debt to equity ratio mengukur kemampuan modal sendiri perusahaan untuk dijadikan jaminan semua utang. Perusahaan dengan *Debt to Equity Ratio* rendah akan mempunyai resiko kerugian lebih kecil ketika keadaan ekonomi merosot, namun ketika kondisi ekonomi membaik, kesempatan memperoleh laba rendah. Sebaliknya perusahaan dengan rasio leverage tinggi, beresiko menanggung kerugian yang besar ketika keadaan ekonomi merosot, tetapi mempunyai kesempatan memperoleh laba besar saat ekonomi membaik. *Debt to Equity Ratio* memberikan jaminan tentang seberapa besar hutang perusahaan yang dijamin dengan modal perusahaan sendiri yang digunakan sebagai sumber pendanaan usaha (Alhayati, 2013).

2.4 Penelitian Terdahulu

Dalam melakukan penelitian ini penulis menggunakan beberapa penelitian terdahulu sebagai bahan referensi. Adapun penelitian tersebut dapat dilihat pada tabel 2.1.

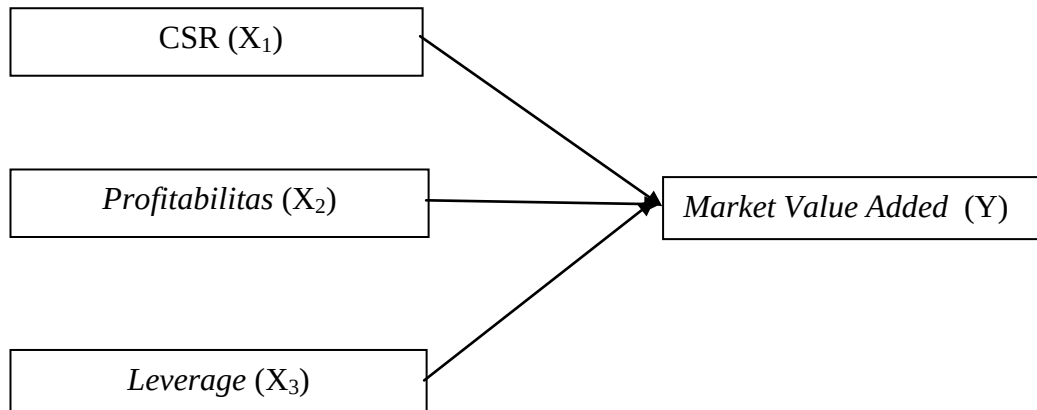
Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil
1	Novian (2013)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (Csr) Pada <i>Market Value Added</i> (Mva) Perusahaan Pertambangan	Variabel Bebas: <i>Corporate Social Responsibility</i> Variabel Terikat: <i>Market Value Added</i> (MVA)	Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap <i>Market Value Added</i> (MVA)
2	Martini (2014)	Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap <i>Market Value Added</i> (Mva)	Variabel Bebas: <i>Earning, Economic Value Added (EVA)</i> dan <i>Debt ratio (DR)</i> Variabel Terikat: <i>Market Value Added</i> (MVA)	Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel <i>earning</i> dan <i>Debt ratio</i> terhadap (MVA) sedangkan (EVA) tidak berpengaruh nyata terhadap (MVA).
3	Kurnia <i>etc</i> (2015)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (Csr) Dan Rasio Keuangan Terhadap <i>Market Value Added</i> (Mva)	Variabel Bebas: <i>Corporate Social Responsibility</i> (Csr) Dan Rasio Keuangan Variabel Terikat: <i>Market Value Added</i> (Mva)	Hasil Penelitian ini menunjukkan Terdapat Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (Csr) Dan Rasio Keuangan Terhadap <i>Market Value Added</i> (MVA)
4	Sitorus (2016)	Analisis Pengaruh Roe, Roa, Eps, Dps, Dol, Dan Dfl Terhadap <i>Market Value Added</i> Pada Industri Manufaktur Di Bei Tahun 2011-2014	Variabel Bebas: Roe, Roa, Eps, Dps, Dol, Dan Dfl Variabel Terikat: <i>Market Value Added</i> (MVA)	Hasil penelitian menunjukkan hanya <i>Dividend Per Share</i> (DPS) yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Market Value Added</i>

5	Wulandari (2016)	Pengaruh <i>Earnings Per Share</i> (Eps), <i>Economic Value Added</i> (Eva) Dan <i>Market Value Added</i> (Mva) Terhadap <i>Return Saham</i>	Variabel Bebas: <i>Earnings Per Share</i> (Eps), <i>Economic Value Added</i> (Eva) Dan <i>Market Value Added</i> Variabel Terikat: <i>Return Saham</i>	Hasil penelitian menunjukkan tidak terdapat pengaruh EPS, EVA dan MVA terhadap <i>Return Saham</i> .
6	Pratiwi (2017)	Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan <i>Pulp</i> Dan Kertas Yang <i>Go Public</i> Di Bursa Efek Indonesia (Bei).	Variabel Bebas: Kinerja Keuangan, <i>Economic Value Added</i> , <i>Market Value Added</i> , <i>Return On Asset</i> Variabel Terikat : <i>Economic Value Added</i> (Eva), <i>Market Value Added</i> (Mva)	Hasil pengukuran dengan metode EVA menunjukkan negative untuk perusahaan. sedangkan ditinjau dari metode MVA hanya terdapat 2 perusahaan yang berhasil memperoleh MVA yang positif selama kurun waktu 5 tahun.
7	Aditya Dan Gustiana (2019)	Analisis Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (Csr) Terhadap <i>Economic Value Added</i> (Eva) Dan <i>Market Value Added</i> (Mva) (Studi Kasus Perusahaan Sub Sektor Industri Rokok Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016)	Variabel Bebas: <i>Corporate Social Responsibility</i> (Csr). Variabel Terikat: <i>Market Value Added</i> (Mva), <i>Economic Value Added</i> (Eva)	Hasil penelitian ini tidak terdapat pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (Csr) terhadap <i>Market Value Added</i> (Mva) sedangkan <i>Corporate Social Responsibility</i> (Csr) terdapat pengaruh terhadap <i>Economic Value Added</i> (Eva)

2.5 Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini penulis akan menyajikan kerangka pemikiran dengan tujuan agar tidak terjadi kesalahpahaman persepsi terkait dengan tujuan dilakukannya penelitian ini. Berikut adalah kerangka pemikiran tersebut:



Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan gambar 2.1 diketahui bahwa variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah CSR, *Profitabilitas*, *Leverage* sedangkan variabel terikatnya adalah *Market Value Added* studi empiris pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia (BEI).

2.6 Bangunan Hipotesis

2.6.1 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap *Market Value Added* (MVA)

CSR merupakan elemen non-keuangan dari perusahaan, dimana pada kenyataannya CSR mempengaruhi banyak aspek dalam perusahaan yang kebanyakan tidak dapat kita hitung secara matematis, tetapi lebih kepada sesuatu yang *intangible*. Tetapi berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti yang telah disebutkan sebelumnya, ditemukan bahwa CSR juga mempengaruhi elemen keuangan dalam perusahaan yaitu kinerja keuangan (Novian, 2013).

Menurut (Kurnia, 2015) dalam studi literturnya, mengatakan bahwa tanggung jawab perusahaan pada lingkungan dan sosialnya sangat erat hubungannya dengan citra perusahaan. Ketika perusahaan menetapkan sejumlah aktivitas tanggung jawab sosial dan lingkungan dengan sungguh-sungguh, maka citra perusahaan di mata masyarakat akan bertambah. Citra perusahaan hasil kinerja pengelola perusahaan yang bertanggung jawab pada lingkungan dan sosial yang melibatkan para pemangku kepentingan, diharapkan akan tertangkap oleh para pemilik modal. Tanggung jawab perusahaan tersebut digambarkan oleh nilai *Market Value Added* (MVA). Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis yang diajukan :

H1 : *Corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap *market value added* (mva)

2.6.2 Pengaruh *Profitabilitas* Terhadap *Market Value Added* (MVA)

Profitabilitas merupakan rasio imbal hasil atas aset perusahaan. Rasio ini memiliki keunggulan yaitu *margin* laba yang telah memperhitungkan aset dan rasio perputaran total aset yang telah memperhitungkan *profitabilitas* dalam penjualan. Salah satu alat ukurannya adalah *Return on Assets* (ROA) menunjukkan semakin besar fluktuasi kemampuan manajemen dalam menghasilkan laba. Sesuai dengan *signalling theory*, peningkatan *Return on Assets* (ROA) akan memberikan sinyal positif kepada investor, semakin tinggi *Return on Assets* (ROA) yang dihasilkan perusahaan maka akan meningkatkan minat investor untuk menginvestasikan dananya pada perusahaan tersebut, harga saham meningkat dan *Market Value Added* (MVA) juga akan meningkat, sehingga *Return on Assets* (ROA) yang meningkat akan mempengaruhi peningkatan terhadap *Market Value Added* (MVA) (Kurnia, 2015) Sedangkan penelitian (Sitorus, 2016) menyatakan tidak terdapat pengaruh *profitabilitas* berpengaruh terhadap *Market Value Added*. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis yang diajukan :

H2 : *Profitabilitas* berpengaruh terhadap *Market Value Added*.

2.6.3 Pengaruh *Leverage* Terhadap *Market Value Added* (MVA)

Debt to Equity Ratio merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. Rasio ini dicari dengan cara membandingkan antara seluruh utang, termasuk utang lancar dengan seluruh ekuitas. *Debt to Equity Ratio* memberikan jaminan tentang seberapa besar hutang perusahaan yang dijamin dengan modal perusahaan sendiri yang digunakan sebagai sumber pendanaan usaha (Kurnia, 2015).

Para investor pada umumnya juga akan tertarik pada *Debt to Equity ratio* (DER) karena dengan *Debt to Equity ratio* (DER) para investor akan dapat mengukur apakah dengan adanya hutang akan dapat mempertinggi efisiensi perusahaan atau sebaliknya akan menurunkan tingkat efisiensi perusahaan. Investor akan menghindari risiko finansial perusahaan yang tinggi karena dapat berpengaruh terhadap keuntungannya. Investor yang tergolong dalam *risk averter* tidak akan menyukai risiko finansial perusahaan yang tinggi akibat *Debt to Equity ratio* (DER) yang tinggi. Semakin tinggi *debt-equity ratio*, maka semakin besar risiko yang dihadapi perusahaan. Investor yang menanamkan modalnya pada perusahaan dengan *debt-equity ratio* yang tinggi akan meminta tingkat keuntungan yang semakin tinggi, seiring naiknya nilai perusahaan (Kurnia, 2015).

Sesuai dengan teori sinyal peningkatan *Debt to Equity ratio* (DER) akan memberikan sinyal negatif kepada investor karena *Debt to Equity ratio* (DER) yang meningkat akan memberikan sensitifitas yang tinggi pada perubahan penjualan dan risiko keuangan yang tinggi sehingga *Debt to Equity ratio* (DER) yang meningkat akan memberikan pengaruh penurunan terhadap nilai *Market Value Added* (MVA) (Martini, 2014). Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis yang diajukan :

H3: *Debt to Equity ratio* berpengaruh terhadap *Market Value Added*

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data tersebut dapat diperoleh dari lembaga atau keterangan serta melalui studi pustaka yang ada hubungannya dengan masalah yang dihadapi dan dianalisis. Dalam Penelitian ini data yang digunakan yaitu data dokumenter berupa laporan keuangan dan laporan tahunan (*annual report*) perusahaan. Sumber data yang digunakan berasal dari website resmi yang telah disetujui oleh semua pihak yang berkepentingan dalam penerbitnya www.idx.co.id. Selain itu, laporan keuangan di audit oleh akuntan publik.

3.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi. Di dalam melaksanakan metode tersebut, penulis mengambil data berdasarkan dokumen-dokumen seperti buku, jurnal referensi, peraturan-peraturan serta laporan keuangan perusahaan keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Metode ini digunakan untuk memperoleh data mengenai *corporate social responsibility*, *profitabilitas* dan *Leverage* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di *Indonesia Stock Exchange* (IDX) periode 2014-2017.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu. Dalam penelitian ini, populasi yang dimaksud adalah perusahaan makanan dan minuman yang mencatatkan sahamnya di (BEI) periode 2014-2017 (Sugiyono, 2016, p.80).

3.3.2 Sampel

Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan makanan dan minuman. Pemilihan sampel pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI berdasarkan beberapa alasan dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria :

- a. Perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang pada tahun 2014 sampai dengan 2017.
- b. Perusahaan mempublikasikan laporan keuangan selama 4 tahun berturut-turut untuk periode 2014 hingga tahun 2017.
- c. Jumlah perusahaan makanan dan minuman yang memiliki data yang lengkap terkait dengan variable – variable yang digunakan dalam penelitian yaitu *Corporate social responsibility (CSR)*, *Profitabilitas* dan *Leverage*.

3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

3.4.1 Variabel Penelitian

Sugiyono (2014), menyatakan bahwa variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari variasi tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berikut adalah penjelasannya:

1. Variabel Tidak Bebas/Dependen (Y)

Sugiyono (2014), menyatakan bahwa variabel dependen dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel terikat. Dalam penelitian ini variabel terikat yang digunakan adalah *Market Value Added (MVA)*.

2. Variabel Bebas/Independen (X)

Sugiyono (2014), Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini variabel bebas yang digunakan adalah *profitabilitas*, *CSR* dan *leverage*.

3.4.2 Definisi Operasional Variabel

Berikut adalah definisi operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

3.4.2.1 *Market Value Added (MVA)*

Market Value Added (MVA) merupakan salah satu pengukuran terhadap kinerja eksternal perusahaan, yang didapatkan melalui perbedaan antara nilai pasar perusahaan saat ini dengan modal yang diperoleh perusahaan dari pemegang saham. Apabila MVA perusahaan menunjukkan angka yang positif, maka kekayaan pemegang saham bertambah, begitu juga sebaliknya. Pemilihan MVA sebagai penilaian kinerja eksternal perusahaan, serta sebagai variabel dependen dalam penelitian ini. Selain itu melalui MVA, pemegang saham dapat mengukur seluruh pengaruh kinerja manajerial sejak perusahaan berdiri hingga sekarang, sehingga pengukuran kekayaan yang dibentuk perusahaan untuk pemegang saham diukur lebih akurat. Dalam Brigham dan Houston (2012), MVA dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{MVA} = \text{Nilai Perusahaan} - \text{Modal yang diinvestasikan (IC)} \\ (\text{earning per share} \times \text{harga saham}) - \text{Total Ekuitas dan hutang jangka pendek}$$

3.4.2.2 *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Pengukuran pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dilakukan dengan cara mengamati ada atau tidaknya item standar pengungkapan yang ditemukan dalam laporan tahunan. Apabila item informasi tersebut diungkapkan dalam laporan tahunan.

Perhitungan Index *Corporate Social Responsibility (CSR)* dengan menggunakan rumus yang telah dilakukan dalam penelitian (Adila, 2016):

$$\text{CSR}_i = \frac{\sum X}{n}$$

Keterangan:

- CSRi = Index pengungkapan CSR
 n = Jumlah item pengungkapan CSR oleh G4, n = 91
 $\sum X$ = Jumlah item yang diungkapkan

3.4.2.3 Profitabilitas

Profitabilitas diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau profit dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham.. Dalam penelitian ini, indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat ukuran perusahaan ini adalah *Return on Asset* (ROA). *Return on asset* (ROA) merupakan ukuran efektifitas perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya. Adapun pengukurannya dengan menggunakan rumus (Fahmi, 2014):

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Asset}}$$

3.4.2.4 Leverage

Leverage dapat diartikan sebagai tingkat ketergantungan perusahaan terhadap hutang dalam membiayai kegiatan operasinya, dengan demikian *leverage* juga mencerminkan tingkat resiko keuangan perusahaan, Dalam penelitian ini, indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat *leverage* adalah *Debt To Equity Ratio* (DER). Adapun pengukurannya dengan menggunakan rumus (Fahmi, 2014):

$$DER = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

3.5.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif didefinisikan merupakan suatu metode dalam mengorganisis dan menganalisis data kuantitatif, sehingga diperoleh gambaran yang teratur mengenai suatu kegiatan. Ukuran yang digunakan dalam deskripsi antara lain: frekuensi, tendensi sentral (*mean*, median dan modus), dispersi (standar deviasi

dan varian) dan koefisien korelasi antara variabel penelitian (Ghozali,2013).

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Pengujian Asumsi Klasik Yang Digunakan Adalah Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas Dan Uji Autokorelasi. Asumsi klasik menggunakan program SPSS versi 20 (Ghozali,2013).

3.5.2.1 Uji Normalitas

Ghozali (2013), menyatakan bahwa uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas yang akan dilakukan dalam penelitian ini menggunakan analisis statistik. Uji statistik dapat dilakukan dengan melakukan uji K-S (*non-parametrik Kolmogorov – Smirnov Test*). Dasar pengambilan keputusan dalam uji ini adalah sebagai berikut:

1. H_0 diterima jika nilai signifikan $> 0,05$ yang berarti bahwa data residual berdistribusi normal.
2. H_a diterima jika nilai $< 0,05$ yang berarti bahwa data residual tidak berdistribusi normal.

3.5.2.2 Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Adanya heteroskedastisitas dalam regresi dapat diketahui dengan menggunakan beberapa cara, salah satunya uji Glesjer. Jika variable independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen, maka indikasi terjadi heterokedastisitas (Ghozali, 2013).

3.5.2.3 Uji Multikolinearitas

Ghozali (2013), menyatakan bahwa uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Uji multikolinearitas yang akan digunakan dalam penelitian ini akan menggunakan

nilai *Value Inflation Factor* (VIF). Dasar pengambilan keputusan dalam uji ini adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai VIF lebih besar dari 10 maka terjadi multikolinearitas.
2. Jika nilai VIF lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

3.5.2.4 Uji Autokorelasi

Ghozali (2013), menyatakan bahwa uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Uji ini akan dilakukan dengan melakukan uji Durbin-Watson (DW Test). Dasar pengambilan keputusan dapat dilihat pada tabel 3.1.

Tabel 3.1
Pengambilan Keputusan Ada Tidaknya Autokorelasi

Hipotesis nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	<i>No desicision</i>	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada korelasi negatif	Tolak	$4 - dl < d < 4$
Tidak ada korelasi negatif	<i>No desicision</i>	$4 - du \leq d \leq 4 - dl$
Tidak ada autokorelasi, Positif atau negatif	Tidak ditolak	$du < d < 4 - du$

3.5.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui arah pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, apakah pengaruhnya positif atau negatif. Adapun persamaan regresi linear berganda menurut Ghozali (2013) adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat (*Market Value Added*)

a = Konstanta

b = Koefisien

X_1 = *corporate social responsibility*

X_2 = *profitabilitas*

X_3 = *leverage*

e = *Error*

3.6 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis ini digunakan untuk membuktikan signifikansi perumusan H1, H2, dan H3. Pengujian ini dilakukan dengan mengacu pada tabel perhitungan uji statistik T. Hal ini dapat diukur dengan nilai signifikansi, dimana nilai signifikansi dalam penelitian ini adalah 0.05 atau 5%

3.6.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang semakin kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas (Ghozali, 2013).

3.6.2 Uji Kelayakan Model (Uji F)

Menurut Ghozali (2013), uji statistik F digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan (bersama-sama) antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Dasar pengambilan keputusan:

1. Jika nilai *p-value* < 0,05 maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

2. Jika nilai $p\text{-value} > 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

3.6.3 Uji T

Menurut Ghozali (2013), uji statistik t dimaksudkan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial (sendiri-sendiri) antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Dasar pengambilan keputusan:

1. Jika nilai $p\text{-value} < 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat.
2. Jika nilai $p\text{-value} > 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

Deskripsi adalah data yang merupakan gambaran data yang akan digunakan untuk proses selanjutnya (menguji hipotesis). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *corporate social responbility*, *profitabilitas* dan *leverage* terhadap *market value added* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan makanan dan minuman yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014-2017. Berdasarkan data yang diperoleh dari BEI melalui situs www.idx.co.id. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Proses pemilihan sampel sebagai berikut:

Tabel 4.1
Penentuan Jumlah Sample

Keterangan	Jumlah
Perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang pada tahun 2014 sampai dengan 2017.	14
Jumlah perusahaan makanan dan minuman tidak yang mempublikasikan laporan keuangan tahun 2014-2017.	(1)
Jumlah perusahaan makanan dan minuman yang tidak memiliki variabel penelitian lengkap periode penelitian tahun 2014 -2017.	(3)
Jumlah sampel	10
Jumlah observasi (10x4 tahun)	40

Sumber : www.idx.co.id

4.2 Hasil Analisis Data

4.2.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan gambaran awal terhadap pola persebaran variabel penelitian. Gambaran ini sangat berguna untuk memahami kondisi dan populasi penelitian yang bermanfaat dalam pembahasan sehingga dapat melihat mean (rata-rata), max (tertinggi), min (terendah) dan standard deviation (penyimpangan data dari rata - rata). Variabel penelitian ini menggunakan *corporate social responsibility*, *profitabilitas*, *leverage* dan *market value added*. Hasil statistic deskriptif pada penelitian ini dapat dilihat dari table 4.2 yang diolah menggunakan computer program SPSS V20.

Tabel 4.2.
Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Corporate Social Responsibility (CSR)	40	,09	,20	,1302	,03153
Return on Asset (ROA)	40	-,10	,53	,1117	,11833
Debt To Equity Ratio (DER)	40	,17	3,03	,9890	,58440
Market Value Added (MVA)	40	2804,34	92590,60	21857,2619	22100,40841
Valid N (listwise)	40				

Sumber: Data Sekunder yang Diolah (2018)

1.) *Market Value Added* (MVA)

Nilai minimum pada variable *Market Value Added* (MVA). diketahui 2800.34 dan nilai maksimum 92590.60. Nilai rata-rata sebesar 21857.2619 dengan standar deviasi sebesar, 22100.40841 dapat diartikan adanya varian yang terdapat dalam *Market Value Added*. Hal ini mengidentifikasi *Market Value Added* perusahaan menunjukkan angka yang positif, maka kekayaan pemegang saham bertambah, begitu juga sebaliknya.

2. Corporate Social Responsibility

Nilai minimum pada variable *Corporate Social Responsibility*. diketahui 0,09 dan nilai maksimum 0,20. Nilai rata-rata sebesar ,1305 dengan standar deviasi sebesar ,11833 dapat diartikan adanya varian yang terdapat dalam *Corporate Social Responsibility*. Hal ini mengidentifikasi *Corporate Social Responsibility* pada tahun 2014 bernilai 0.09 mengalami peningkatan sebesar 0.11 pada tahun 2017.

3. Profitabilitas

Nilai minimum pada variable *profitabilitas*. diketahui -0,10 dan nilai maksimum 0.53. Nilai rata-rata sebesar ,1117 dengan standar deviasi sebesar ,10191 dapat diartikan adanya varian yang terdapat dalam *profitabilitas*. Hal ini mengidentifikasi *profitabilitas* pada tahun 2014 bernilai 0.00 mengalami peningkatan sebesar 0.43 pada tahun 2017.

4. Leverage

Nilai minimum pada variable *leverage*. diketahui 0,17 dan nilai maksimum 3.03. Nilai rata-rata sebesar ,9890 dengan standar deviasi sebesar ,58440 dapat diartikan adanya varian yang terdapat dalam kebijakan deviden. Hal ini mengidentifikasi kebijakan deviden pada tahun 2014 bernilai 0.18 mengalami peningkatan sebesar 2.286 pada tahun 2017.

4.2.2.1 Uji Normalitas Data

Uji normalitas pada penelitian ini penulis menggunakan uji normalitas Kolmogrov-Smirnov, dan dibantu dengan program SPSS 20. Hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut. Rumusan hipotesis :

Ho : Data berasal dari populasi berdistribusi normal.

Ha : Data berasal dari populasi yang tidak berdistribusi normal

Kriteria pengambilan keputusan :

Apabila $\text{Sig} < 0,05$ maka Ho ditolak (Distribusi sample tidak normal)

Apabila $\text{Sig} > 0,05$ maka Ho diterima (Distribusi sample normal)

Tabel 4.2.2.1
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
N	40
Mean	2E-7
Normal Parameters ^{a,b}	943388466,529
Std. Deviation	98230
Absolute	,174
Most Extreme Differences Positive	,174
Negative	-,073
Kolmogorov-Smirnov Z	1,103
Asymp. Sig. (2-tailed)	,175

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Sekunder yang Diolah (2018)

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji normalitas menunjukkan nilai *Kolmogorov-Smirnov Z* sebesar 1.103 dan nilai Asymp Sig 0,175 > alpha 0,05. Dari hasil tersebut terlihat bahwa nilai signifikan dengan uji *one sampel kolmogorov-smirnov* untuk semua variabel lebih besar dari 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut terdistribusi secara normal dan penelitian dapat dilanjutkan dengan menggunakan alat uji parametik.

4.2.2.2 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas dapat dilakukan dengan membandingkan antara koefisien determinasi simultan dengan determinasi antar variabel. Selain cara tersebut gejala multikolinieritas dapat juga diketahui dengan menggunakan VIF. Pengujian multikolinieritas dilakukan melalui program SPSS 20.0. Prosedur Pengujian :

- a) Jika nilai VIF > 10.00 maka ada gejala multikolinieritas
Jika nilai VIF < 10.00 maka tidak ada gejala multikolinieritas
- b) Jika Nilai Tolerance < 0,1 maka ada gejala multikolinieritas
Jika Nilai Tolerance > 0,1 maka tidak ada gejala multikolinieritas

Tabel 4.2.2.2
Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 Corporate Social Responsibility (CSR)	,912	1,096
Return on Asset (ROA)	,895	1,117
Debt To Equity Ratio (DER)	,920	1,087

a. Dependent Variable: Market Value Added (MVA)

Sumber: Data Sekunder yang Diolah (2018)

Berdasarkan tabel diatas hasil pengujian multikolinearitas menunjukkan keseluruhan nilai *Tolerance* variabel pengaruh *corporate social responbility*, *profitabilitas*, *leverage* dan *market value added* di atas 0,10 ($>0,10$). Hasil perhitungan VIF juga menunjukkan nilai keseluruhan variabel *corporate social responbility*, *profitabilitas*, *leverage* dan *market value added* di bawah 10 (≤ 10). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model persamaan substruktur tidak mengalami gangguan multikolinearitas (Ghozali, 2013: 106).

4.2.2.3 Uji Autokolerasi

Uji autokorelasi dimaksudkan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya).

Diagnosa tidak terjadi autokorelasi jika angka Durbin Watson (DW) berkisar antara $dU < dw < 4 - dU$ (Ghozali, 2013). Hasil uji autokolerasi dijelaskan dalam table 4.4 sebagai berikut.

Tabel 4.2.2.3
Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.839 ^a	.703	.679	981909847,53198	1,230

a. Predictors: (Constant), Debt To Equity Ratio (DER), Corporate Social Responsibility (CSR), Return on Asset (ROA)

b. Dependent Variable: Market Value Added (MVA)

Berdasarkan table 4.5 diatas, dapat dilihat nilai Durbin-Watson serentak yaitu sebesar 1,230, nilai tersebut akan dibandingkan dengan nilai table dengan menggunakan tingkat kepercayaan 5 % dan jumlah sampel 30, jumlah variabel bebas 5. Maka pada table durbin Watson akan didapatkan nilai sebagai berikut :

Tabel 4.2.2.4 Hasil Durbin – Watson (DW) Test Bond

K = 4		
N	DI	dU
40	1.027	1.850

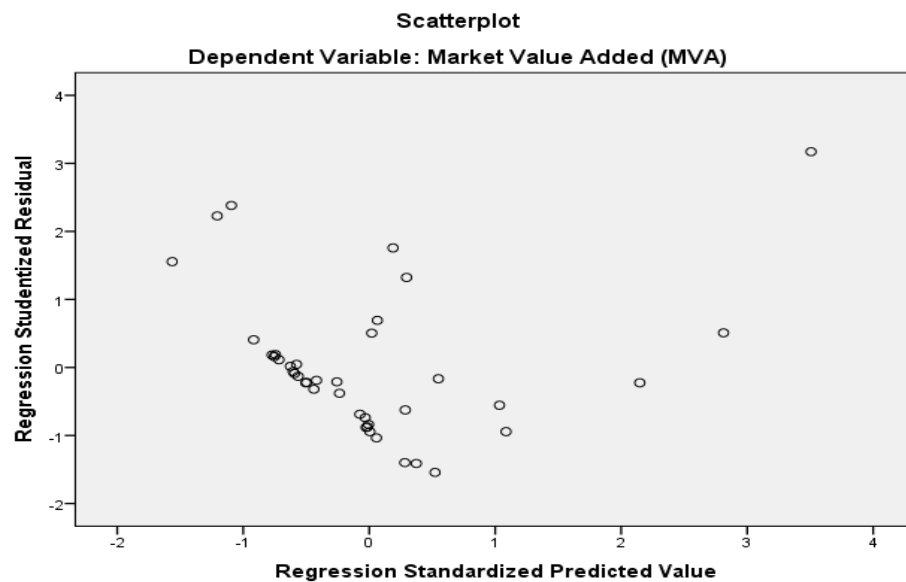
Sumber : hasil pengolahan table *Durbin- Watson*

Dari table diatas, dapat dilihat nilai DW lebih besar dari batas atas dU 1.850 serta lebih kecil dari $(4-dU = 2.150)$, $dU < dw < 4-du$ sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam persamaan regresi ini tidak terdapat autokolerasi (Ghozali,2013).

4.2.2.4 Uji heterokedasitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Adanya heteroskedastisitas dalam regresi dapat diketahui dengan menggunakan beberapa cara, salah satunya uji Glesjer (Ghozali,2013).

Tabel 4.2.2.4
Uji Heterokedasitas



Sumber: Data Sekunder yang Diolah (2018)

Berdasarkan tabel diatas terlihat hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan nilai signifikansi masing-masing variabel independen lebih besar dari signifikansi 0,05 (>5%) maka H_0 diterima. H_0 yang menyatakan tidak ada hubungan antara variabel bebas dengan residual.

Hasil pengujian hipotesis ini dapat disimpulkan bahwa model persamaan substruktur data yang diperoleh tidak terdapat adanya heteroskedastisitas (Ghozali 2013: 139).

4.2.2.5 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 4.2.2.5
Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a			
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1			
(Constant)	-1524446130,195	766901485,329	
Corporate Social Responsibility (CSR)	7747469097,818	5220357440,249	,141
Return on Asset (ROA)	11462535648,199	1404286802,721	,783
Debt To Equity Ratio (DER)	190746532,221	280541538,813	,064

a. Dependent Variable: Market Value Added (MVA)

Sumber: Data Sekunder yang Diolah (2018)

Berdasarkan table 4.2.3 diatas didapat kan hasil nilai *Coefficients* adalah untuk melihat persamaan regresi linier berganda dan pengujian hipotesis dengan statistik t untuk masing-masing variabel independent (Ghozali,2013).

$$Y_{it} = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

a. Terlihat bahwa konstanta $a = -1524446130.195$ dan koefisien $b_1 = 7747469097,818$ $b_2 = 11462535648.199$ $b_3 = 190746532.221$, sehingga persamaan regresi menjadi :

$$Y = -1524446130.195 (a) + 7747469097,818 (X_1) + 11462535648.199 (X_2) + 190746532.221 (X_3).$$

Keterangan :

a :konstanta

b_1 : corporate social responbility

b_2 : profitabilitas

b_3 : leverage

e : standart error

b. Koefisien regresi untuk *corporate social responsibility* (X1)= 7747469097,818 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan *corporate social responsibility* maka akan menaikkan *Market Value Added* (MVA) sebesar 7747469097,818.

c. Koefisien regresi untuk *profitabilitas* (X2)= 11462535648.199 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan *profitabilitas* maka akan menaikkan *Market Value Added* (MVA) 11462535648.199.

d. Koefisien regresi untuk *leverage* (X3)= 190746532.221 (X3). menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan kebijakan hutang maka akan menaikkan *Market Value Added* (MVA) 190746532.221.

4.3 Hasil Pengujian Hipotesis

4.3.1 Hasil Persamaan Regresi (Uji Determinasi R^2)

Uji R^2 pada intinya mengatur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dimana R^2 nilainya berkisar antara $0 < R^2 < 1$, semakin besar R^2 maka variabel bebas semakin dekat hubungannya dengan variabel tidak bebas, dengan kata lain model tersebut dianggap baik (Ghozali, 2013). Hasil uji determinasi dapat dilihat pada table 4.3.1 berikut :

Tabel 4.3.1
Uji Determinasi R^2

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,839 ^a	,703	,679	981909847,531 98	1,230

a. Predictors: (Constant), Debt To Equity Ratio (DER), Corporate Social Responsibility (CSR), Return on Asset (ROA)

b. Dependent Variable: Market Value Added (MVA)

Sumber: Data Sekunder yang Diolah (2018)

Berdasarkan pada tabel diatas diperoleh angka R sebesar 0,839 yang berarti variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu sebesar 83,9% yang dapat ditarik kesimpulan bahwa kemampuan varians variabel terikat cukup tinggi. Adjusted R square (R^2) diperoleh nilai sebesar 0,679 berarti 67,9% *market value added* di pengaruhi oleh *corporate social responbility*, *profitabilitas*, dan *leverage* (Ghozali,2013).

4.3.2 Hasil Uji F

Pengujian dilakukan untuk menjawab model kelayakan hipotesis penelitian. Pengujian dilakukan dengan menggunakan uji F pada tingkat kepercayaan 95% atau α sebesar 0,05 hasil dari SPSS yang diperoleh , apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau dengan signifikan (Sig) < 0,05 maka model dinyatakan layak digunakan dalam penelitian ini dan sebaliknya apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ apabila signifikan (Sig) > 0,05 maka model dinyatakan tidak layak digunakan.

Tabel 4.3.2

Uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	823073520618468100 00,000	3	27435784020615602000,000	28,456	,000 ^b
1 Residual	347092901524898860 00,000	36	964146948680274560,000		
Total	117016642214336700 000,000	39			

a. Dependent Variable: Market Value Added (MVA)

b. Predictors: (Constant), Debt To Equity Ratio (DER), Corporate Social Responsility (CSR), Return on Asset (ROA)

Dari uji Anova atau Uji F pada tabel 4.8 diatas, variabel rasio likuiditas, kebijakan deviden, kepemilikan saham, profitabilitas, kebijakan hutang menghasilkan nilai F hitung $28,456 > 2,62$ dengan nilai perusahaan signifikansi yang menunjukkan $0,000 < 0,05$. Nilai perusahaan pengujian yang lebih kecil dari $\alpha = 0,05$.

Hal ini menunjukkan bahwa model penelitian ini layak dan pembahasannya dilanjutkan dengan model uji T.

4.3.3 Uji T

Pengujian ini bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel independen. Dengan tingkat signifikansi 5%, sebagai berikut:

- a. Bila nilai signifikansi $t < 0,05$, maka H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara satu variabel independen terhadap variable dependen.
- b. Apabila nilai signifikansi $t > 0,05$, maka H_0 diterima, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara satu variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4.3.3
Uji T

Coefficients^a

Model	t	Sig.
(Constant)	-1,988	,054
Corporate Social Responsibility (CSR)	1,484	,146
Return on Asset (ROA)	8,163	,000
Debt To Equity Ratio (DER)	,680	,501

a. Dependent Variable: Market Value Added (MVA)

Sumber: Data Sekunder yang Diolah (2018)

Berdasarkan hasil penelitian uji t yang dilihat pada tabel coefficients dapat diketahui bahwa variabel *corporate social responsibility* mempunyai nilai t hitung sebesar 1,484 lebih rendah dari t tabel sebesar 1,685 ($1,484 < 1,685$) dan nilai signifikan $0.146 > 0.05$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa *corporate social responsibility* mempunyai pengaruh terhadap *Market Value Added* (MVA). Hal ini berarti hipotesis 1 ditolak.

Berdasarkan hasil penelitian uji t yang dilihat pada tabel coefficients dapat diketahui bahwa variabel *profitabilitas* mempunyai nilai t hitung sebesar 8,163 lebih tinggi dari t tabel sebesar 1,685 ($3,805 > 1,685$) dan nilai signifikan $0.000 < 0.05$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa *profitabilitas* mempunyai pengaruh terhadap *Market Value Added* (MVA). Hal ini berarti hipotesis 2 diterima.

Berdasarkan hasil penelitian uji t yang dilihat pada tabel coefficients dapat diketahui bahwa variabel *leverage* mempunyai nilai t hitung sebesar ,680 lebih rendah dari t tabel sebesar 1,685 ($,680 < 1,685$) dan nilai signifikan $0.501 > 0.05$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa *leverage* tidak mempunyai pengaruh terhadap *Market Value Added* (MVA). Hal ini berarti hipotesis 3 ditolak.

4.4 Pembahasan

4.4.1 Pengaruh *corporate social responsibility* terhadap *market value added*

Corporate social responsibility (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan stakeholders yang melebihi tanggung jawab di bidang hukum (Adila, 2016).

Hasil penelitian ini menunjukkan tidak terdapat pengaruh *corporate social responsibility* terhadap *market value added*. Tanggung jawab sosial perusahaan pada lingkungan dan sosialnya sangat erat hubungannya dengan citra perusahaan. Ketika perusahaan menetapkan sejumlah aktivitas tanggung jawab sosial dan lingkungan dengan sungguh-sungguh, maka citra perusahaan di mata masyarakat akan bertambah. Citra perusahaan hasil kinerja pengelola perusahaan yang bertanggung jawab pada lingkungan dan sosial yang melibatkan para pemangku kepentingan, diharapkan akan tertangkap oleh para pemilik modal. Menurut Aditya dan Gustiana (2019) kontribusi terhadap persoalan sosial memiliki pengaruh negatif terhadap MVA. Alasannya penggunaan sumber daya perusahaan memiliki biaya pengeluaran. Sehingga partisipasi tersebut dinilai dapat mengorbankan peluang untuk meningkatkan nilai pemegang saham.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Aditya dan Gustiana, 2019) yang menyatakan *corporate social responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap *market value added*. Sedangkan penelitian sebelumnya (Kurnia, 2015) menyatakan *Corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap *market value added*.

4.4.2 Pengaruh *Profitabilitas* terhadap *market value added*

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dari kegiatan operasionalnya. Makin tinggi laba, makin tinggi *return* yang diperoleh oleh investor. Tinggi rendahnya tingkat *return* yang mungkin diterima oleh investor biasanya mempengaruhi penilaian investor. Makin tinggi penilaian investor akan suatu saham, maka harga saham tersebut akan makin tinggi. Salah satu alat ukurannya adalah *Return on Assets* (ROA) menunjukkan semakin besar fluktuasi kemampuan manajemen dalam menghasilkan laba. *Return On Assets* merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa suatu perusahaan dengan tingkat *return on assets* yang tinggi akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut, karena dianggap perusahaan tersebut dapat menghasilkan laba yang tinggi dan pada akhirnya akan berdampak positif terhadap nilai dividen yang akan diterima oleh pemegang saham perusahaan tersebut (Pangestuti, 2016).

Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh *retutn on assets* terhadap *market value added*. Sesuai dengan *signalling theory*, peningkatan *retutn on assets* (ROA) akan memberikan sinyal positif kepada investor, semakin tinggi *retutn on assets* (ROA) yang dihasilkan perusahaan maka akan meningkatkan minat investor untuk menginvestasikan dananya pada perusahaan tersebut, harga saham meningkat dan *market value added* (MVA) juga akan meningkat, sehingga *retutn on assets* (ROA) yang meningkat akan mempengaruhi peningkatan terhadap *market value added* (MVA).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya (Kurnia, 2015) yang menunjukkan *Return on Asset* (ROA) berpengaruh terhadap *market value added* sedangkan penelitian (Sitorus, 2016) menyatakan *Return on Asset* (ROA) tidak terdapat pengaruh *market value added* (MVA).

4.4.3 Pengaruh *leverage* terhadap *market value added*

Rasio *Leverage* merupakan proporsi total hutang terhadap rata-rata ekuitas pemegang saham. Rasio tersebut digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagihnya suatu hutang. Rasio *Leverage* yang sering digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjangnya adalah *Debt to Equity Ratio* (DER). Rasio ini dicari dengan cara membandingkan antara seluruh utang, termasuk utang lancar dengan seluruh ekuitas. *Debt to Equity Ratio* memberikan jaminan tentang seberapa besar hutang perusahaan yang dijamin dengan modal perusahaan sendiri yang digunakan sebagai sumber pendanaan usaha. Rasio ini menunjukkan komposisi atau struktur modal dari total pinjaman (hutang) terhadap total modal yang dimiliki perusahaan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjangnya (Martini, 2014).

Hasil penelitian ini menunjukkan tidak terdapat pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan. Penggunaan utang akan meningkatkan nilai perusahaan, karena saat kebutuhan utangnya naik, itu akan digunakan untuk pembiayaan perusahaan. Peningkatan nilai tersebut dikaitkan dengan harga saham dan penurunan utang akan menurunkan harga saham. Namun demikian peningkatan utang juga akan menimbulkan peningkatan risiko kebangkrutan bila tidak diimbangi dengan penggunaan utang yang hati-hati.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Sitorus, 2016) yang menunjukkan tidak terdapat pengaruh *leverage* terhadap *market value added*. Sedangkan penelitian sebelumnya (Kurnia, 2015) yang menyatakan *leverage* berpengaruh terhadap *market value added*.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan adanya pengaruh *corporate social responsibility*, *profitabilitas* dan *leverage* terhadap *market value added* pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2014 sampai 2017. Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan dapat disimpulkan terdapat pengaruh *profitabilitas* terhadap *market value added* sedangkan *leverage* dan *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap *market value added*.

5.2 Saran

1. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan lebih banyak variabel lain, seperti variabel-variabel baru yang diidentifikasi sebagai variabel pendeteksi praktiknya.
2. Penelitian kedepan diharapkan dapat menggali lebih dalam tentang praktik baik secara langsung ataupun tempat berlangsung dalam penelitian tersebut
3. Jumlah tahun pengamatan diperpanjang dengan harapan semakin banyak periode pengamatan akan memberikan hasil yang lebih baik.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan pada penelitian ini yaitu hanya menggunakan salah satu sub sektor manufaktur yaitu perusahaan makanan dan minuman, periode penelitian yang terlalu singkat serta kurangnya variabel independen yang mempengaruhi *market value added*.

DAFTAR PUSTAKA

- Adila. 2016. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Dalam Laporan Tahunan Perusahaan. *Skripsi Tidak Dipublikasi*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis.Unila.
- Adityana dan Gustiana. 2019. Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Economic Value Added (Eva) Dan Market Value Added (Mva) (Studi Kasus Perusahaan Sub Sektor Industri Rokok Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016). *JIM UPB Vol 7 No.1 2019*.
- Brigham, Houston. 2012. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Penerbit Salemba 4.
- Fitriani. 2012. Keterkaitan Kinerja Lingkungan, Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Csr) Dan Kinerja Finansial. *Skripsi Tidak Dipublikasi*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Diponegoro.
- Fahmi, Irham. 2014. *Manajemen Keuangan Perusahaan Dan Pasar Modal*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Ghozali, I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss*. Semarang:Bp.Fe Universitas Diponegoro.
- Gunawan. 2015. Analisis *Return On Asset (Roa)*, *Economic Value Added (Eva)* Dan *Market Value Added (Mva)* Terhadap Kinerja Keuangan. *Jurnal Akuntansi. Volume 3, Nomor 2*. Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi. Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta.
- Haryanto. 2015. Analisis Pengaruh *Roe, Eps, Npm Dan Mva* Terhadap Harga Saham. *Jurnal Undip Volume 4, Nomor 4*. Universitas Diponegoro.
- Kurnia. 2015. Pengaruh *Corporate Social Responsibility (Csr)* Dan Rasio Keuangan Terhadap *Market Value Added (Mva)*. *Jurnal Sna VIII Medan*.
- Martini. 2014. Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap *Market Value Added (Mva)*. *Jurnal Ekonomi. Volume 3, Nomor 1*. Fakultas Ekonomi Unsoed.

- Manurung. 2015. Analisis Pengaruh Roe, Eps, Npm Dan Mva Terhadap Harga Saham. *Skripsi* Tidak Dipublikasi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Diponegoro.
- Meriana. 2015. Pengaruh Kinerja Lingkungan Dan Kinerja Keuangan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Csr) Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Skripsi* Tidak Dipublikasi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Sriwijaya.
- Munandar. 2016. Pengaruh Likuiditas, Solvabilitas, Dan Profitabilitas Terhadap Harga Saham. *Skripsi* Tidak Dipublikasi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Yogyakarta.
- Novian. 2013. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (Csr) Pada *Market Value Added* (Mva). *Jurnal Manajemen*. Volume 6, Nomor 2. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga.
- Oktalia. 2014. Pengaruh Kinerja Lingkungan Dan Profitabilitas Terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* Dalam Laporan Tahunan Perusahaan. *Skripsi* Tidak Dipublikasi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Padang.
- Prasetiono. 2017. Analisis Pengaruh *Book To Market Equity*, *Firm Size*, *Market Value Added* (Mva), *Momentum*, Dan *Trading Volume* Terhadap *Return Saham*. *Jurnal Undip* Volume 6, Nomor 4. Universitas Diponegoro.
- Pitaloka. 2017. Pengaruh *Return On Equity*, *Earning Per Share* (Eps), Dan *Debt To Equity Ratio* Terhadap *Price Earning Ratio* (Per) Pada Pt Indofood Sukses Makmur. Tbk Periode 2012-2014. *Jurnal Riset Dan Manajemen* Vol 4. No 1. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Pangestuti. 2016. Analisis Pengaruh Roe, Roa, Eps, Dps, Dol, Dan Der Terhadap *Market Value Added*. *Jurnal Undip* Volume 6, Nomor 3. Universitas Diponegoro.
- Pratiwi. 2015. Analisis Kinerja Keuangan Perusahaan *Pulp* Dan Kertas Yang *Go Public* Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Berdasarkan Metode *Economic Value Added* (Eva), *Market Value Added* (Mva) Dan *Return On Asset* (Roa) Periode 2011-2015. *Magister Akuntansi* Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Bandung

Rahayu. 2016. Pengaruh *Eps, Ri, Eva, Mva, Per* Terhadap *Return Saham* Pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen Volume 6, Nomor 1*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Sitorus. 2016. Analisis Pengaruh *Roe, Roa, Eps, Dps, Dol, Dan Dfl* Terhadap *Market Value Added*. *Skripsi Tidak Dipublikasi*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis.Diponegoro.

Yuliana. 2015. Analisis Pengaruh *Roe, Ocf, Dan Eva* Terhadap *Return Saham* Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman (*Food And Beverages*). *Jurnal Bisnis Manajemen Volume 7, Nomor 4*.

Wulandari. 2016. Pengaruh *Earnings Per Share (Eps), Economic Value Added (Eva)* Dan *Market Value Added (Mva)* Terhadap *Return Saham* Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2014. *Skripsi Tidak Dipublikasi*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis.Yogyakarta.

www.idx.go.id

<https://finance.yahoo.com>

[illegible]

76		SO5	Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
77	Kebijakan Publik	SO6	Nilai total kontribusi politik berdasarkan negara dan penerima/penerima manfaat	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
78	Anti Persaingan	SO7	Jumlah total tindakan hukum terkait Anti Persaingan, anti-trust, serta praktik monopoli dan hasilnya	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
79	Kepatuhan	SO8	Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
80	Asesmen Pemasok atas dampak terhadap Masyarakat	SO9	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria untuk dampak terhadap masyarakat	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
81		SO10	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
82	Mekanisme Pengaduan Dmpak terhadap masyarakat	SO11	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap masyarakat yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
83	Kesehatan dan Keselamatan Pelanggan	PR1	Persentase kategori produk dan jasa yang signifikan dampaknya terhadap kesehatan dan keselamatan yang dinilai untuk peningkatan	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
84		PR2	Total jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa sepanjang daur hidup, menurut jenis hasil	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
85	Pelabelan Produk dan Jasa	PR3	Jenis informasi produk dan jasa yang diharuskan oleh prosedur organisasi terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, serta persentase kategori produk dan jasa yang signifikan harus mengikuti persyaratan informasi sejenis	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
86		PR4	Jumlah total Insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, menurut jenis hasil	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
87		PR5	Hasil survei untuk mengukur kepuasan pelanggan	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
88	Komunikasi Pemasaran	PR6	Penjualan produk yang dilarang atau disengketakan	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
89		PR7	Jumlah total Insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela tentang komunikasi pemasaran, termasuk iklan, promosi, dan sponsor, menurut jenis hasil	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
90	Privasi Pelanggan	PR8	Jumlah total keluhan yang terbukti terkait dengan pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
91	Kepatuhan	PR9	Nilai moneter denda yang signifikan atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan terkait penyediaan dan penggunaan produk dan jasa	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
			JUMLAH	10	9	10	14	14	11	12	9	9	15
			HASIL	0.11	0.1	0.11	0.154	0.15	0.12	0.132	0.099	0.1	0.1

[illegible]

81	Dampak terhadap Masyarakat	SO10	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
82	Mekanisme Pengaduan Dmpak terhadap masyarakat	SO11	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap masyarakat yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
83	Kesehatan dan Keselamatan Pelanggan	PR1	Persentase kategori produk dan jasa yang signifikan dampaknya terhadap kesehatan dan keselamatan yang dinilai untuk peningkatan	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
84		PR2	Total jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa sepanjang daur hidup, menurut jenis hasil	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
85	Pelabelan Produk dan Jasa	PR3	Jenis informasi produk dan jasa yang diharuskan oleh prosedur organisasi terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, serta persentase kategori produk dan jasa yang signifikan harus mengikuti persyaratan informasi sejenis	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
86		PR4	Jumlah total Insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, menurut jenis hasil	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
87		PR5	Hasil survei untuk mengukur kepuasan pelanggan	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
88	Komunikasi Pemasaran	PR6	Penjualan produk yang dilarang atau disengketakan	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
89		PR7	Jumlah total Insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela tentang komunikasi pemasaran, termasuk iklan, promosi, dan sponsor, menurut jenis hasil	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
90	Privasi Pelanggan	PR8	Jumlah total keluhan yang terbukti terkait dengan pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
91	Kepatuhan	PR9	Nilai moneter denda yang signifikan atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan terkait penyediaan dan penggunaan produk dan jasa	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
			JUMLAH	10	9	8	14	14	11	12	9	9	15
			HASIL	0.11	0.1	0.09	0.154	0.15	0.12	0.132	0.099	0.1	0.1

[illegible]

43	Mekanisme pengaduan masalah lingkungan	EN34	Jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi	0	0	0	0	0	0	0	0	0
44	Kepegawaian	LA1	Jumlah total dan tingkat perekrutan karyawan baru dan turnover karyawan menurut kelompok umur, gender, dan wilayah	1	1	0	1	1	1	1	1	1
45		LA2	Tunjangan yang diberikan bagi karyawan purnawaktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atau paruh waktu, berdasarkan lokasi operasi yang signifikan	1	1	0	1	1	1	1	1	1
46		LA3	Tingkat kembali bekerja dan tingkat retensi setelah cuti melahirkan, menurut gender	1	1	0	1	1	1	1	1	1
47	Hubungan Industrial	LA4	Jangka waktu minimum pemberitahuan mengenai perubahan operasional, termasuk apakah hal tersebut tercantum dalam perjanjian bersama	0	0	0	1	1	0	0	0	0
48	Kesehatan dan Keselamatan Kerja	LA5	Persentase total tenaga kerja yang diwakili dalam komite bersama formal manajemen-pekerja yang membantu mengawasi dan memberikan saran program kesehatan dan keselamatan kerja	1	1	1	1	1	1	1	1	1
49		LA6	Jenis dan tingkat cedera, penyakit akibat kerja, hari hilang, dan kemangkiran, serta jumlah total kematian akibat kerja, menurut daerah dan gender	1	1	1	1	1	1	1	1	1
50		LA7	Pekerja yang sering terkena atau berisiko tinggi terkena penyakit yang terkait dengan pekerjaan mereka	1	1	1	1	1	1	1	1	1
51		LA8	Topik kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian formal dengan serikat pekerja	1	1	1	1	1	1	1	1	1
52	Pelatihan dan Pendidikan	LA9	Jam pelatihan rata-rata per tahun per karyawan menurut gender, dan menurut kategori karyawan		0	0	0	0	0	0	0	1
53		LA10	Program untuk manajemen keterampilan dan pembelajaran seumur hidup yang mendukung keberkelanjutan kerja karyawan dan membantu mereka mengelola purna bakti	0	0	0	0	0	0	0	0	1
54		LA11	Persentase karyawan yang menerima review kinerja dan pengembangan karier secara reguler, menurut gender dan kategori karyawan	0	0	0	0	0	0	0	0	1
55	Keberagaman dan Kesenjangan Peluang	LA12	Komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan per kategori karyawan menurut gender, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan indikator keberagaman lainnya	0	0	0	0	0	0	0	0	0
56	Kesetaraan Remunerasi perempuan dan laki-laki	LA13	Rasio gaji pokok dan remunerasi bagi perempuan terhadap laki-laki menurut kategori karyawan, berdasarkan lokasi operasional yang signifikan	0	0	0	0	0	0	0	0	0
57	Asemen pemasok terkait praktik ketenagakerjaan	LA14	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria praktik ketenagakerjaan	0	0	0	0	0	0	0	0	0
58		LA15	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap praktik ketenagakerjaan dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil	0	0	0	0	0	0	0	0	0
59	mekanisme pengaduan masalah ketenagakerjaan	LA16	Jumlah pengaduan tentang praktik ketenagakerjaan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi	0	0	0	0	0	0	0	0	0
60	HAM	HR1	Jumlah total dan persentase perjanjian dan kontrak investasi yang signifikan yang menyertakan klausul terkait hak asasi manusia atau penapisan berdasarkan hak asasi manusia	0	0	0	0	0	0	0	0	0
61	Investasi	HR2	Jumlah waktu pelatihan karyawan tentang kebijakan atau prosedur hak asasi manusia terkait dengan operasi, termasuk persentase karyawan yang dilatih	0	0	0	0	0	0	0	0	0
62	Non Diskriminasi	HR3	Jumlah total insiden diskriminasi dan tindakan korektif yang diambil			0	0	0	0	0	0	0

63	Kebebasan Berserikat dan perjanjian kerja bersama	HR4	Operasi pemasok teridentifikasi yang mungkin melanggar atau berisiko tinggi melanggar hak untuk melaksanakan kebebasan berserikat dan perjanjian kerja bersama, dan tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
64	Pekerja Anak	HR5	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan eksploitasi pekerja anak dan tindakan yang diambil untuk berkontribusi dalam penghapusan pekerja anak yang efektif	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
65	Pekerja Paksa atau Wajib kerja	HR6	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan pekerja paksa atau wajib kerja dan tindakan untuk berkontribusi dalam penghapusan segala bentuk pekerja paksa atau wajib kerja	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
66	Praktik Pengamanan	HR7	Persentase petugas pengamanan yang dilatih dalam kebijakan atau prosedur hak asasi manusia di organisasi yang relevan dengan operasi	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
67	Hak Adat	HR8	Jumlah total insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat dan tindakan yang diambil	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
68	Asesmen	HR9	Jumlah total dan persentase operasi yang telah melakukan reviu atau asesmen dampak hak asasi manusia	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
69	Asesmen Pemasok atas Hak asasi Manusia	HR10	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria hak asasi manusia	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
70		HR11	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap hak asasi manusia dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
71	Mekanisme Pengaduan masalah HAM	HR12	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap hak asasi manusia yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan formal	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
72	Masyarakat Lokal	SO1	Persentase operasi dengan pelibatan masyarakat lokal, asesmen dampak, dan program pengembangan yang diterapkan	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1
73		SO2	Operasi dengan dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat lokal	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1
74	Anti-Korupsi	SO3	Jumlah total dan persentase operasi yang dinilai terhadap risiko terkait dengan korupsi dan risiko signifikan yang teridentifikasi	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
75		SO4	Komunikasi dan pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur anti-korupsi	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
76		SO5	Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
77	Kebijakan Publik	SO6	Nilai total kontribusi politik berdasarkan negara dan penerima/penerima manfaat	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
78	Anti Persaingan	SO7	Jumlah total tindakan hukum terkait Anti Persaingan, anti-trust, serta praktik monopoli dan hasilnya	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
79	Kepatuhan	SO8	Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
80	Asesmen Pemasok atas dampak terhadap Masyarakat	SO9	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria untuk dampak terhadap masyarakat	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
81		SO10	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
82	Mekanisme Pengaduan Dampak terhadap masyarakat	SO11	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap masyarakat yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
83	Kesehatan dan	PR1	Persentase kategori produk dan jasa yang signifikan dampaknya terhadap kesehatan dan keselamatan yang dinilai untuk peningkatan	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0

84	Keselamatan Pelanggan	PR2	Total jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa sepanjang daur hidup, menurut jenis hasil	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0
85	Pelabelan Produk dan Jasa	PR3	Jenis informasi produk dan jasa yang diharuskan oleh prosedur organisasi terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, serta persentase kategori produk dan jasa yang signifikan harus mengikuti persyaratan informasi sejenis	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
86		PR4	Jumlah total Insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, menurut jenis hasil	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
87		PR5	Hasil survei untuk mengukur kepuasan pelanggan	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
88	Komunikasi Pemasaran	PR6	Penjualan produk yang dilarang atau disengketakan	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
89		PR7	Jumlah total Insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela tentang komunikasi pemasaran, termasuk iklan, promosi, dan sponsor, menurut jenis hasil	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
90	Privasi Pelanggan	PR8	Jumlah total keluhan yang terbukti terkait dengan pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
91	Kepatuhan	PR9	Nilai moneter denda yang signifikan atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan terkait penyediaan dan penggunaan produk dan jasa	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
			JUMLAH	12	9	10	16	18	15	12	10	9	15
			HASIL	0.132	0.1	0.11	0.176	0.2	0.16	0.132	0.099	0.1	0.1