

**CSR TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DAN PERAN MODERASI
PMC DI SEKTOR CONSUMER GOODS**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGAI PERSYARATAN DALAM
MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN PROGRAM STUDI
MANAJEMEN DEPARTEMEN MANAJEMEN**



BOBY RYAN KURNIAWAN

NIM : 041511233018

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2022**

Surabaya, 13 Januari 2022

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Chorry' followed by a stylized surname, with a horizontal line crossing through the middle.

CHORRY SULISTYOWATI, SE., M.Se

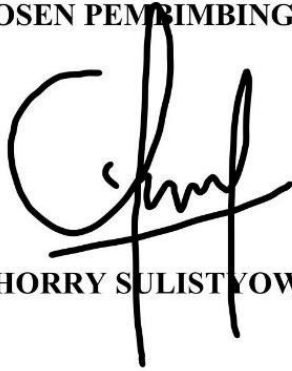
NIP. 198504102008122001

SKRIPSI

**CSR TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DAN PERAN MODERASI PMC DI
SEKTOR CONSUMER GOODS**

DIAJUKAN OLEH:
BOBY RYAN KURNIAWAN
NIM: 041511233018

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:
DOSEN PEMBIMBING,



CHORRY SULISTYOWATI, SE., M.Sc

TANGGAL .31.01.2022

KOORDINATOR PROGRAM STUDI,



Dr. DIEN MARDHIYAH, SE., M.Si

TANGGAL .31.01.2022

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya, Bobby Ryan Kurniawan, 041511233018, menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Airlangga, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar kepustakaan.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di Universitas Airlangga.

Surabaya, 17 Januari 2022



Bobby Ryan Kurniawan

NIM: 041511233018

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia- Nya, sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Sholawat dan salam juga senantiasa penulis persembahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa ilmu dan peradaban bagi seluruh umatnya.

Penulis menyadari bahwa penulis ini jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun penulis harapkan untuk perbaikan karya ilmiah dan peningkatan wawasan penulis. Dengan penuh ketulusan dan kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membangun proses Pendidikan sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga. Pihak-pihak tersebut antara lain:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Dian Agustina, SE., M.Sc, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga.
2. Ibu Dr. Dien Mardhiyah, SE., M.Si, sebagai Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga Surabaya.
3. Ibu Chorri Sulistyowati, SE., M.Sc, sebagai Dosen Pembimbing, terima kasih telah mau meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing penulis.
4. Bapak dan Ibu Dosen pengajar Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis selama perkuliahan.
5. Seluruh staff Departemen Manajemen dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga yang telah memberikan informasi-informasi yang membantu penulis selama perkuliahan.
6. Kedua orang tua penulis Bapak Mujiono dan Ibu Kasianik serta kakak kandung penulis Arga Jian Prasetya dan Adik kandung penulis Cella Amelyana Putri yang selalu menjadi sumber motivasi terbesar bagi penulis. Terima kasih atas

segala doa, pengorbanan, kasih sayang dan dukungan penuh kepada penulis. Semoga selalu diberikan kesehatan dan dalam lindungan Allah SWT

7. Teruntuk orang terdekat dan sahabat saya, Meida Indri Safitri yang selalu ada dalam kondisi apapun serta segala bantuan yang diberikan kepada penulis sampai saat ini.
8. Sahabat-sahabat “Beruang Cokelat” yaitu, Umar, Antomi, Firmansyah, Ibnu, dan Inal yang selalu mendukung, menghujat dan membantu penulis selama perkuliahan. Semoga selalu solid dan kompak.
9. Sahabat-sahabat “Geng Tahes” yaitu Azis, Made, Afrizal, Donna, Lora, Noval, dan Bintang. Terima kasih banyak selalu menghibur disaat suka maupun duka dalam proses pengerjaan skripsi.
10. Teman-teman manajemen Angkatan 2015, terima kasih atas kerjasama dan kebersamaan selama ini. Salam *Spirit, Unity, and Pride!*
11. Berbagai pihak yang telah membantu penulis, namun tidak dapat disebutkan satu per satu. Terima kasih atas segala bantuan, doa dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan studinya dengan baik di Universitas Airlangga. Semoga amal saudara mendapatkan balasan dari Allah SWT.

Surabaya, 17 Januari 2022

Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan dimoderasi oleh *product market competition*. Jumlah observasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 155 observasi pada perusahaan di sektor *consumer goods* yang terdaftar di BEI selama periode 2015-2019. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan metode regresi linear berganda. Dalam penelitian ini, variabel dependennya nilai perusahaan diukur dengan TOBINS'Q, variabel independennya *corporate social responsibility* diukur dengan *corporate social disclosure index* (CSDI), dan dimoderasi oleh *product market competition* diukur menggunakan *1-market share*. Berdasarkan hasil pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. *Product market competition* secara signifikan memperkuat pengaruh positif CSR terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci : CSR, TOBINS'Q, *product market competition*

ABSTRACT

This study aims to determine and examine the effect of corporate social responsibility (CSR) on firm value moderated by product market competition. The number of observations used in this study were 155 observations in consumer goods sector listed on the Indonesian Stock Exchange during the period 2015-2019. This research uses purposive sampling method with multiple linear regression methods. The dependent variable used in this study is firm value measured by TOBINS'Q, while the independent variable is corporate social responsibility measured by CSDI, and the moderate used in study is product market competition measured by 1-market share. Based on the results of this study, it can be concluded that CSR has a significantly strengthens the positive effect on firm value. Product market competition significantly strengthens the positive effect of CSR on firm value.

Keyword : CSR, TOBINS'Q, product market competition

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Teori Legitimasi	9
2.1.2 Pengertian dan pengukuran nilai perusahaan (<i>Firm Value</i>)	11
2.1.3 Pengertian dan pengukuran <i>corporate social responsibility</i>	12
2.1.4 Pengertian dan pengukuran <i>product market competition</i>	15
2.1.5 Pengaruh <i>corporate social responsibility</i> terhadap nilai perusahaan	17
2.1.6 Efek moderasi <i>product market competition</i> terhadap pengaruh <i>corporate social responsibility</i> terhadap nilai perusahaan	18

2.1.7 Pengaruh faktor-faktor lain terhadap nilai perusahaan	19
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.3 Hipotesis.....	22
2.4 Model Analisis	22
2.5 Kerangka Berpikir	22
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	24
3.1 Pendekatan Penelitian	24
3.2 Identifikasi Variabel.....	24
3.3 Definisi Operasional Variabel	24
3.4 Jenis dan Sumber Data	25
3.5 Prosedur Pengumpulan Data	26
3.6 Prosedur Penentuan Sampel	26
3.7 Teknik Analisis	27
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	30
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	30
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	30
4.3 Uji Asumsi Klasik	33
4.4 Analisis Model dan Pengujian Hipotesis	34
4.5 Pembahasan Penelitian	37
4.5.1 Pengaruh <i>corporate social responsibility</i> terhadap nilai perusahaan	37
4.5.2 Pengaruh <i>corporate social responsibility</i> terhadap nilai perusahaan dengan moderasi <i>product market competition</i>	38
4.6 Pengaruh Variabel Kontrol terhadap Nilai Perusahaan.....	39
4.6.1 Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan	39
4.6.2 Pengaruh ukuran dewan terhadap nilai perusahaan	40
4.6.3 Pengaruh <i>leverage</i> terhadap nilai perusahaan	40
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....	41
5.1 Simpulan.....	41

5.2 Saran.....	42
----------------	----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Deksripsi Statistik Variabel Penelitian	31
Tabel 4.2	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	35

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Rata-rata pengungkapan aktivitas CSR pada perusahaan manufaktur non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2014-2019	3
Gambar 2.1	Kerangka Berpikir Model Analisis I	22
Gambar 2.2	Kerangka Berpikir Model Analisis II.....	23

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Deskripsi Perusahaan Sampel
Lampiran 2	Data Tabulasi Perusahaan Sampel
Lampiran 3	Deskripsi Statistik
Lampiran 4	Hasil Uji Asumsi Klasik
Lampiran 5	Hasil Output Regresi Linear Berganda
Lampiran 6	Checklist Item Pengungkapan CSR Perusahaan