

**PENGARUH CSR TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
PT VARINDO LOMBOK INTI**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana (S1)



Oleh:

M. ZAINUL ALI FIKRI

2020B1C061

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
KONSENTRASI PERBANKAN**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM**

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH CSR TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PT. VARINDO LOMBOK INTI

Oleh :

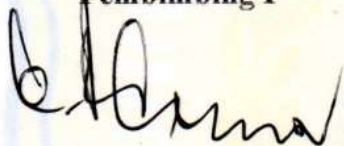
M. ZAINUL ALI FIKRI

Untuk memenuhi Ujian Seminar Proposal

Menyetujui

Pembimbing

Pembimbing I



Drs. H. Abdurrahman, MM.
NIDN. 0804116101

Pembimbing II



Drs. Ismail, MM.
NIDN. 08914110021

Mengetahui..

Ketua Program Studi Administrasi Bisnis



Lalu Hendra Maniza, S. Sos., M.M.

NIDN : 0828108404

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH CSR TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PT VARINDO
LOMBOK INTI**

Oleh :

M. ZAINUL ALI FIKRI

Telah dipertahankan di depan penguji
Pada tanggal 1 Februari 2024
Dinyatakan telah memenuhi persyaratan

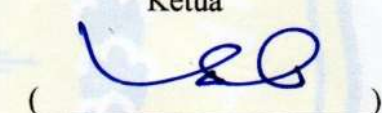
Tim Penguji

Drs.H.Abdurrahman, MM.
NIDN. 0804116101



Ketua

Drs. Ismail, MM.
NIDN. 08914110021



Anggota I

Lalu Hendra Maniza, S.Sos.,M.M
NIDN. 0828108404



Anggota II

Mengetahui...
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. H. Muhammad Ali, M.Si
NIDN. 0806066801

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam Naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik baik di UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH maupun di Perguruan Tinggi lainnya, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka. Apabila ternyata di dalam Naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh (SARJANA) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No.20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Mataram, February 2024
Mahasiswa,



M. ZAINUL ALI FIKRI
2020B1C061



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT**

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : perpustakaan@ummat.ac.id

**SURAT PERNYATAAN BEBAS
PLAGIARISME**

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : M. ZAINUL ALI FIKRI
 NIM : 2020 B1 C061
 Tempat/Tgl Lahir : LENGKAF Kolo. 02-10-2001
 Program Studi : Administrasi Bisnis
 Fakultas : FISIPOL
 No. Hp : 081994098793
 Email : ali.sequeper@gmail.com

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi/KTI/Tesis* saya yang berjudul :

PENGARUH CSR TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
 PT VARINDO LOMBOK INTI

Bebas dari Plagiarisme dan bukan hasil karya orang lain. 100%

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian dari Skripsi/KTI/Tesis* tersebut terdapat indikasi plagiarisme atau bagian dari karya ilmiah milih orang lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dan disebutkan sumber secara lengkap dalam daftar pustaka, saya **bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum** sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Mataram.

Demikain surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun dan untuk dipergunakan sebagai mana mestinya.

Mataram, 19-02-2024
 Penulis



M. ZAINUL ALI FIKRI
 NIM. 2020 B1 C061

Mengetahui,
 Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT

Iskandar, S.Sos., M.A.
 NIDN. 0802048904

*pilih salah satu yang sesuai



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT**

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : perpustakaan@ummat.ac.id

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : M. ZAINUL ALI PIKRI
 NIM : 2020B1C061
 Tempat/Tgl Lahir : LENGKOK KOLO, 02-10-2001
 Program Studi : Administrasi Bisnis
 Fakultas : FISIPOL
 No. Hp/Email : 081 99 4 09 8 793 / allsequence@gmail.com
 Jenis Penelitian : Skripsi KTI Tesis

Menyatakan bahwa demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram hak menyimpan, mengalih-media/format, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Repository atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama *tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta* atas karya ilmiah saya berjudul:

DENBARUH CSR TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PT VARINDO
 LOMBOK INTI

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun.

Mataram, 19-02-2024
 Penulis



M. ZAINUL ALI PIKRI
 NIM. 2020B1C061

Mengetahui,
 Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT



Iskandar, S.Sos.,M.A.
 NIDN. 0802048904

MOTTO

“Orang lain ga akan bisa paham *struggle* dan masa sulitnya kita yang mereka ingin tahu hanya bagian *success stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun gak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita dimasa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini, tetap berjuang ya!”

Allah said : “aku menghancurkan rencanamu agar rencanamu tidak menghancurkanmu”



PERSEMBAHAN

Tiada lembar yang paling inti dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan, Bismillahirrahmanirrahim laporan skripsi ini saya persembahkan untuk :

Allah SWT yang telah memberikan pertolongan dan kemudahan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Bapak saya M. MUHSAN sebagai inspirator dalam keluarga besar kami, karena pendidikanmulah yang memotivasi anak - anakmu untuk mendapatkan pendidikan sepertimu. Sayangnya sudah terlebih dahulu di panggil oleh yang maha kuasa sebelum melihat saya menggunakan toga yang bapak impikan.

Ibu Rohidayati, Ibu alhamdulillah kini saya bisa berada di tahap ini, menyelesaikan karya tulis ilmiah sebagaimana perwujudan terakhir sebelum engkau benar benar pergi. Terimakasih sudah mengantarkan saya ditempat ini, pada akhirnya perjalanan ini harus saya lewati dengan lika-liku.

Diri saya sendiri M. Zainul Ali Fikri karena telah mampu berusaha dan berjuang dari awal sampai sekarang ini. Semoga semangat ini terus membara dan bisa memberikan hasil terbaik untuk diri sendiri dan keluarga, amiin.

UCAPAN TERIMAKASIH

Pada kesempatan ini dengan segala hormat kami peneliti menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs. Abdul Wahab, MA selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram
2. Bapak Dr. H. Muhammad Ali, M. Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram
3. Bapak Lalu Hendra Maniza, S. Sos., M.M. selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram
4. Bapak Drs. H Abdurrahman MM. selaku Dosen Pembimbing pertama.
5. Bapak Drs. Ismail M.M selaku Dosen Pembimbing kedua.
6. Orang tua dan saudara-sepupu, atas doa, dukungan tiada henti-hentinya, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan tepat waktu dan sesuai harapan
7. Kepada semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu memberikan dukungan kepada peneliti.
8. Kepada mereka semua tidak ada sesuatu yang dapat peneliti berikan sebagai imbalan balik, kecuali doa yang tulus "Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan mereka dengan balasan yang jauh lebih baik lagi".

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji dan syukur kita panjatkan kepada Allah SWT yang telah banyak memberikan nikmat kepada kita umat Nya. Rahmat beserta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita, yakni Nabi Muhammad SAW sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH CSR TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PT VARINDO LOMBOK INTI”**.

Laporan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mengerjakan skripsi pada program S1 di Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Mataram.

Skripsi yang sederhana ini alhamdulillah terlahir dari tidak sedikit-Nya usaha semaksimal mungkin dan kemampuan terbatas yang dimiliki peneliti. Maka dari itu peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan kesalahan, baik dari segi isi dan tulisan

Demikianlah yang dapat peneliti sampaikan dan dengan segala kerendahan hati peneliti mengharapkan kritik dan saran dari pembaca demi kesempurnaan, dan perbaikan-Nya. Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi banyak, orang terlebih pada bidang pendidikan dan penerapan serta bisa dikembangkan lagi lebih lanjut. Amiin.

Mataram, Januari 2024

M. ZAINUL ALI FIKRI

PENGARUH CSR TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PT VARINDO LOMBOK INTI

M. ZAINUL ALI FIKRI

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Csr Terhadap Nilai Perusahaan Pt Varindo Lombok Inti salah satu tujuan dalam penelitian ini juga bisa menjadi mengetahui pengaruh csr terhadap nilai perusahaan berpengaruh negative atau berpengaruh positif. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah Deskriptif Kuantitatif. Adapun sumber data yang digunakan pada penelitian ini merupakan data primer yang berupa kuisisioner yang di sebarakan ke karyawan dan konsumen sebagai responden dengan jumlah total 40 responden kemudian kuisisioner, yang selanjutnya dilakukan pengumpulan kuisisioner kemudian data yang di hasilkan diolah menggunakan aplikasi statistict yaitu SPSS Versi 21 for windows.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa csr berpengaruh secara positif terhadap nilai perusahaan dimana hal ini dapat dilihat dari signifikansi nilai perusahaan sebesar 0,001 yang berarti lebih kecil dari tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0,05 dan dapat dilihat dari t_{hitung} sebesar 11.454 dan t_{tabel} sebesar 2.063 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ hal tersebut membuktikan bahwa csr berpengaruh positif terhadap nilai Perusahaan.

***Kata Kunci :** CSR, Nilai Perusahaan.

**THE EFFCT OF CSR ON THE VALUE OF THE COMPANY PT VARINDO
LOMBOK INTI**

M. ZAINUL ALI FIKRI

ABSTRACT

This study was conducted to determine the effect of CSR on the value of the company Pt Varindo Lombok Inti. This study aims to determine whether CSR has a negative effect or a positive effect on the value of the company. The type of research used in this research is Quantitative Descriptive. The data source used in this study is primary data in the form of questionnaires distributed to employees and consumers as respondents, with a total of 40 respondents then questionnaires, which are then collected questionnaires. Then, the resulting data is processed using the statistical application SPSS Version 21 for Windows. The results of this study indicate that CSR has a positive effect on firm value. It can be seen from the significance of the firm value of 0.001, which means less than the significance level used, namely 0.05, and can be seen from the t-count of 11.454 and t-table of 2.063, which implies $t\text{-count} > t\text{-table}$. This result proves that CSR has a positive effect on firm value.

***Keyword: CSR, Company Value.**

MENGESAHKAN
SALINAN FOTO COPY SESUAI ASLINYA
MATARAM



DAFTAR ISI

COVER	I
LEMBAR PERSETUJUAN	II
LEMBAR PENGESAHAN	III
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	IV
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASRISME	V
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	VI
MOTTO	VII
PERSEMBAHAN.....	VIII
UCAPAN TERIMAKASIH.....	IX
KATA PENGANTAR.....	X
ABSTRAK	XI
ABSTRACT	XII
DAFTAR ISI.....	XIII
DAFTAR TABEL.....	XVI
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat praktiss	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Corporate Social Responsibility.....	9
2.2.1 Pengertian <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).....	9
2.2.2 Indikator CSR	12
2.2.3 Manfaat CSR	13
2.3 Nilai Perusahaan.....	15

2.3.1 Indikator Nilai perusahaan antara lain:.....	16
2.4 Kerangka Berfikir	18
2.5. Hipotesis penelitian	18
BAB III METODE PENELITIAN	19
3.1 Jenis Penelitian	19
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	20
3.3 Teknik Pengumpulan Data	21
3.4 Populasi dan Sampel.....	22
3.4.1 Populasi	22
3.4.2 Sampel	23
3.5 Variabel dan Devinisi Oprasional.....	24
3.5.1 Variabel Penelitian.....	24
3.5.2 Devinisi Oprasional	27
3.6 Skala Pengukuran	28
3.7 Teknik Analisa Data	29
3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	29
3.7.2 Analisis statistic Inferensial.....	35
3.7.2.1 Regresi Linear Sederhana.....	35
3.8 Tehnik Pengumpulan Data	36
3.9. Uji Validitas Data dan Reliablitas Data	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Sejarah PT. Varindo Lombok Inti	41
4.2 Visi dan Misi PT. Varindo Lombok Inti	42
4.2.1 Visi.....	42
4.2.2 Misi.....	42
4.3 Setruktur Organisasi PT. Varindo Lombok Inti	42
4.4 Analisi Data Responden.....	46
4.4.1 Karakteristik Responden.....	46
4.5 Uji Validitas dan Reabilitas Data	48
4.5.1 Uji Validitas.....	48
4.5.2 Uji Reabilitas	49

4.6 Distribusi Csr Terhadap Nilai Perusahaan Pt Varindo Lombok Inti.....	51
4.6.1 Distribusi Csr terhadap PT Varindo Lombok Inti	51
4.6.2 Distribusi Nilai Perusahaan PT Varindo Lombok Inti	57
4.7 Uji Analisis Data.....	62
4.7.1 Uji Normalitas	62
4.7.2 Uji Linieritas.....	63
4.8 Uji Hipotesis.....	64
4.8.1 Uji Regresi Linier Sederhana	64
4.8.2 Uji T.....	65
4.8.3 Uji Koefisien Detirminasi.....	66
4.9 Hasil Pembahasan	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	70
5.1 Kesimpulan	70
5.2 saran	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN.....	75

DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
1	Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	7
2	Tabel 2.3 Krangka Berfikir	20
3	Tabel 3.1 Populasi Penerimaan CSR	23
4	Tabel 3.5 Tentang Para Ahli	26
5	Tabel 3.6 Skala Likert	29
6	Tabel 4.1 Karakteristik Responden	35
7	Tabel 4.2 karakteristik Berdasarkan Usia	49
8	Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan	50
9	Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas	51
10	Tabel 4.5 Hasil Uji Reabilitas Variabel (X)	53
11	Tabel 4.6 Hasil Uji Reabilitas Variabel (Y)	53
12	Tabel 4.7 Tangapan Keseluruhan Responden Tentang CSR	54
13	Tabel 4.8 Tangapan keseluruhan Responden Tentang Nilai Perusahaan	57
14	Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas	59
15	Tabel 4.10 Hasil Uji Linieritas	
16	Tabel 5.1 Hasil Uji Linier Sederhana	
17	Tabel 5.2 Hasil Uji T	
18	Tabel 5.3 Hasil Uji Koefesien Determinasi	

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tidak hanya pemerintah yang bertanggung jawab untuk membangun suatu negara, tetapi setiap individu memiliki peran dalam menjaga kesejahteraan sosial masyarakat. Dalam hal ini, dunia bisnis berkontribusi pada peningkatan pertumbuhan ekonomi suatu negara dengan mempertimbangkan aspek lingkungan. Saat ini, tanggung jawab sosial perusahaan, juga dikenal sebagai Corporate Social Responsibility (CSR), sangat penting bagi sebuah perusahaan. Mereka tidak hanya dapat mengikuti tren saat ini, tetapi mereka juga dapat memahami nilai bisnis suatu negara dengan mempertimbangkan aspek lingkungan. Studi menunjukkan bahwa Corporate Social Responsibility (CSR) adalah konsep yang melibatkan perusahaan tidak hanya memperhatikan catatan keuangan perusahaan (Single Bottom Line), tetapi perusahaan juga harus memperhatikan berbagai aspek, seperti keuangan, sosial, dan lingkungan (Triple Bottom Line). Ini karena kondisi keuangan saja tidak cukup untuk menjamin nilai perusahaan dapat berkembang secara berkelanjutan atau berkelanjutan (Adquisiciones et al., 2019).

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah konsep yang bertujuan untuk mendorong dunia usaha untuk memperbaiki kegiatan bisnis mereka sehingga mereka tidak memengaruhi masyarakat. Menurut Saputra (2018), sebuah bisnis dalam menciptakan hubungan timbal balik antara masyarakat dan

perusahaan dengan melakukan pekerjaannya tanpa mengecewakan masyarakat dan lingkungan perusahaan. Perusahaan memerlukan tanggapan positif dari masyarakat melalui apa yang dilakukannya kepada pihak-pihak yang bertanggung jawab, termasuk masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan. Oleh karena itu, konsep Corporate Social Responsibility (CSR) digunakan untuk menilai apakah perusahaan telah melaksanakan tanggung jawab sosialnya terhadap lingkungan internal dan eksternal dengan baik.

Corporate Social Responsibility saat ini bukan lagi bersifat sukarela/komitmen yang dilakukan perusahaan didalam mempertanggungjawabkan kegiatan perusahaannya, melainkan bersifat wajib/menjadi kewajiban bagi beberapa perusahaan untuk melakukan atau menerapkannya. Hal ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (UU PT), yang disahkan pada 20 Juli 2007.

Berhubungan Pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas menyatakan :

- (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL).
- (2) TJSL merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
- (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan (www.hukumonline.com). Dengan adanya ini, perusahaan khususnya perseroan terbatas yang bergerak di bidang dan atau berkaitan dengan

sumber daya alam harus melaksanakan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat.

Sanksi pidana mengenai pelanggaran CSR pun terdapat didalam UndangUndang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup (UUPLH) Pasal 41 ayat (1) yang menyatakan: “Barang siapa yang melawan hukum dengan sengaja melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan atau perusakan lingkungan hidup, diancam dengan pidana penjara paling lama sepuluh tahun dan denda paling banyak lima ratus juta rupiah”. Selanjutnya, Pasal 42 ayat (1) menyatakan: “Barang siapa yang karena kealpaannya melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan/ atau perusakan lingkungan hidup, diancam dengan pidana penjara paling lama tiga tahun dan denda paling banyak seratus juta rupiah” (Sutopoyudo, 2009).

Corporate Social Responsibility (Tanggung Jawab Sosial Perusahaan) sering dianggap inti dari etika bisnis, yang berarti bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomi dan legal (artinya kepada pemegang saham atau shareholder) tetapi juga kewajiban-kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan (stakeholder) yang jangkauannya melebihi kewajiban kewajiban di atas (ekonomi dan legal). Tanggung jawab sosial dari perusahaan (Corporate Social Responsibility) merujuk pada semua hubungan yang terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua stakeholder, termasuk didalamnya adalah pelanggan atau customers, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, pemerintah, supplier bahkan juga kompetitor.

Global Compact Initiative (2002) menyebut pemahaman ini dengan 3P (profit, people, planet), yaitu tujuan bisnis tidak hanya mencari laba (profit), tetapi juga mensejahterakan orang (people), dan menjamin keberlanjutan hidup planet ini (Nugroho, 2007 dalam Dahli dan Siregar, 2008). Pengembangan program-program sosial perusahaan dapat berupa bantuan fisik, pelayanan kesehatan, pembangunan masyarakat (community development), outreach, beasiswa dan sebagainya.

Masyarakat sekarang lebih pintar dalam memilih produk yang akan mereka konsumsi. Sekarang, masyarakat cenderung untuk memilih produk yang diproduksi oleh perusahaan yang peduli terhadap lingkungan dan atau melaksanakan CSR. Banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan pelaksanaan corporate social responsibility, antara lain produk semakin disukai oleh konsumen dan perusahaan diminati investor. Corporate social responsibility dapat digunakan sebagai alat marketing baru bagi perusahaan bila itu dilaksanakan berkelanjutan. Untuk melaksanakan CSR berarti perusahaan akan mengeluarkan sejumlah biaya. Biaya pada akhirnya akan menjadi beban yang mengurangi pendapatan sehingga tingkat profit perusahaan akan turun. Akan tetapi dengan melaksanakan CSR, citra perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen makin tinggi.

PT.Varindo Lombok Inti dikenal sebagai developer yang membangun perumahan dengan lingkungan yang nyaman. Juga sebagai pelopor penggunaan material bangunan yang berkualitas. Hingga 28 tahun berdirinya,PT.Varindo

Lombok Inti sudah membangun lebih dari 3.584 perumahan , yang tersebar di Pulau Lombok.

Adapun salah satu perusahaan yang tergolong wajib melakukan CSR ialah PT. Varindo Lombok Inti Perusahaan tersebut merupakan salah satu sebagai developer yang membangun perumahan dengan lingkungan yang nyaman. Juga sebagai pelopor penggunaan material bangunan yang berkualitas. Hingga 28 tahun berdirinya,PT.Varindo Lombok Inti sudah membangun lebih dari 3.584 perumahan berkualitas, yang tersebar di Pulau Lombok.

PT. Varindo Lombok Inti sebagai developer yang membangun perumahan produksi yang dihasilkan PT. Varindo Perusahaan tersebut merupakan perusahaan yang menjalankan kegiatan usaha berkaitan dengan sumber daya alam. Berdasarkan uraian di atas, penyusun perlu melakukan penelitian dengan judul Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan Pada PT. Varindo Lombok Inti “Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pada PT. Varindo Lombok Inti Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (Studi Kasus di PT. Varindo Lombok Inti).

1.2 Rumusan Masalah

Apakah CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan PT varindo lombok inti?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan bukti secara empiris terhadap pengujian pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan PT varindo Lombok inti.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Bagi akademisi, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam ilmu manajemen dan pengembangan teori, terutama yang berkaitan dengan pengaruh penerapan Corporate Social Responsibility dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai referensi dalam penelitian-penelitian selanjutnya disamping sebagai sarana untuk mende wasakan wawasan.

1.4.2 Manfaat praktis

Sebagai bahan acuan terhadap penelitian penelitian tentang Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan PT varindo lombok inti.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Metode	Hasil
1.	Bayu Suryonegoro (2016)	Pengaruh corporate social responsibility (csr) terhadap nilai perusahaan dengan kepemilikan institusional, kepemilikan manajemen dan ukuran perusahaan sebagai variabel moderating	Metode kuantitatif regresi linier berganda.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSR dampak memiliki dampak positif pada berbagai aspek kinerja bisnis, seperti loyalitas pelanggan, motivasi dan kepuasan pelanggan, inovasi dan kinerja keuangan.
2.	Giovanni Anizza Putri. (2018)	Pengaruh pengungkapan corporate social responsibility terhadap harga saham	Metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan Teknik analisis regresi linier sederhana	Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengungkapan informasi Corporate Social Responsibility (CSR) tidak berpengaruh positif terhadap harga saham

				Artinya, semakin tinggi pengungkapan CSR yang dirilis pada laporan tahunan oleh perusahaan-perusahaan LQ 45, tidak mampu mempengaruhi harga saham
3.	Desita Riyanta Mitra Karina (2020)	Pengaruh csr terhadap nilai perusahaan dengan gcg sebagai pemoderasi	Metode penelitian Kuantitatif dengan menggunakan Teknik analisis statistik	Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan GCG sebagai pemoderasi adalah topik penelitian yang menguji hubungan antara CSR, GCG, dan nilai perusahaan. Hasil dari beberapa penelitian menunjukkan bahwa CSR secara signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
4.	Wahdatul Maulinna Mufattiroh	Pengaruh corporate social responsibility	Metode penelitian kuantitatif ngan menggunakan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa corporate social

	(2022)	disclosure dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada bank umum yang terdaftar di bursa efek indonesia (bei) tahun 2019-2021	analisis data	responsibility disclosure dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada bank umum yang terdaftar di BEI
--	--------	---	---------------	--

2.2 Corporate Social Responsibility

2.2.1 Pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungannya saat beroperasi. Upaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat sehingga berdampak positif pada lingkungan adalah bagian dari tanggung jawab sosial. Menurut Mulachela, 2022 CSR masih sangat baru di Indonesia, termasuk sektor UKM, tetapi sudah digunakan oleh banyak bisnis (Anastasya, 2021).

Secara khusus, tujuan dari penggunaan tanggung jawab sosial (CSR) dalam kegiatan bisnis adalah untuk memastikan bahwa kegiatan sosial dan lingkungan perusahaan sesuai dengan tujuan dan nilai bisnisnya. Selain itu, tujuan CSR lainnya adalah untuk membantu pelestarian lingkungan, peduli terhadap masyarakat, menjalin hubungan baik dengan pemegang kepentingan, membangun citra positif perusahaan, mengurangi

pembayaran pajak, dan memudahkan pengembangan berkelanjutan. (Nurul dan Gischa, 2021).

Pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas menyatakan : (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). (2) TJSL merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan (www.hukumonline.com). Dengan adanya ini, perusahaan khususnya perseroan terbatas yang bergerak di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam harus melaksanakan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat.

Sansi pidana mengenai pelanggaran CSR pun terdapat didalam UndangUndang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup (UUPLH) Pasal 41 ayat (1) yang menyatakan: “Barangsiapa yang melawan hukum dengan sengaja melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan atau perusakan lingkungan hidup, diancam dengan pidana penjara paling lama sepuluh tahun dan denda paling banyak lima ratus juta rupiah”. Selanjutnya, Pasal 42 ayat (1) menyatakan: “Barangsiapa yang karena kealpaannya melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan/ atau perusakan lingkungan hidup,

diancam dengan pidana penjara paling lama tiga tahun dan denda paling banyak seratus juta rupiah” (Sutopoyudo, 2009).

Corporate social Responsibility (CSR) adalah suatu konsep atau tindakan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap social atau lingkungan sekitar. Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu bentuk pertanggungjawaban yang wajib dilakukan oleh suatu perusahaan kepada semua pihak yang ada di dalamnya dengan melaksanakan sebuah komitmen untuk membantu meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui praktik bisnis yang baik.

Beberapa Csr menurut para ahli:

CSR menurut Kotler dan Nancy suatu komitmen suatu perusahaan yang bertujuan untuk membantu meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui praktik bisnis yang baik.

CSR menurut Kast suatu bentuk keterlibatan sebuah organisasi dalam upaya mengatasi kemiskinan dan juga kelaparan.

CSR menurut Soeharto oprasi bisnis yang berkomitmen tidak hanya untuk mencapai tujuan ekonomi, tetapi juga untuk mencapai tujuan sosial dan lingkungan.

Jadi, CSR adalah suatu konsep atau tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap sosial atau lingkungan sekitar. CSR merupakan suatu bentuk

pertanggungjawaban yang wajib dilakukan oleh suatu perusahaan kepada semua pihak yang ada didalamnya dengan melaksanakan sebuah komitmen untuk membantu meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui praktik bisnis yang baik.

2.2.2 Indikator CSR

John Elkington (1997) yang dikutip oleh Hasibuan dan Sedyono (2006:73) menyatakan bahwa Corporate Social Responsibility dibagi menjadi tiga komponen indikator dasar yaitu sebagai berikut:

a. *Profit* (keuntungan)

Profit merupakan unsur terpenting dan menjadi tujuan utama dari setiap kegiatan usaha termasuk perusahaan. Tetapi, perusahaan tidak boleh hanya memiliki keuntungan bagi organisasinya saja tetapi harus dapat memberi kemajuan ekonomi bagi para stakeholdernya dan apa tindakan yang sudah dilakukan perusahaan untuk memperkuat ketahanan ekonomi di dalam masyarakat.

b. *People* (Manusia)

Perusahaan harus bertanggung jawab untuk memajukan dan mensejahterakan sosial serta seluruh stakeholdernya. Menyadari bahwa masyarakat sekitar perusahaan merupakan salah satu stakeholder penting bagi perusahaan. Perusahaan bisa membuat kegiatan untuk membangun masyarakat dan sumber daya manusia.

c. Planet (Lingkungan)

Ahmad (1987) menyatakan bahwa lingkungan hidup adalah sistem dalam kehidupan manusia. Ada campur tangan manusia dalam sistem kehidupan tersebut. Perusahaan wajib memperhatikan lingkungan, terutama lingkungan perusahaan. Perusahaan harus menerapkan proses produksi yang bertanggung jawab, bersih, dan aman. Konsep ini dapat membantu orang memahami bahwa bisnis yang baik tidak hanya mengejar keuntungan ekonomi (profit), tetapi juga memperhatikan lingkungan (planet) dan kesejahteraan masyarakat (people).

d. Kesehatan dan Keselamatan Tenaga Kerja

Di tempat kerja, pasang tanda-tanda bahaya dan petunjuk arah. Mengidentifikasi potensi bahaya melalui inspeksi rutin lingkungan kerja dan peralatan. Membangun tim penanggulangan bahaya dan kecelakaan kerja yang terdiri dari karyawan yang telah menerima pelatihan keselamatan dan kesehatan kerja (K3).

2.2.3 Manfaat CSR

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan sekitarnya selama aktivitas usahanya. Tanggung jawab sosial ini terdiri dari upaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat sehingga berdampak positif pada lingkungan. Munchela, 2022.

Adapun manfaat CSR bagi perusahaan yang menerapkannya, yaitu:

- a. Membangun dan menjaga reputasi perusahaan;
- b. Meningkatkan citra perusahaan;
- c. Melebarkan cakupan bisnis perusahaan;
- d. Mempertahankan posisi merek perusahaan;
- e. Mempertahankan sumber daya manusia yang berkualitas
Kemudahan Populasi dalam penelitian ini adalah di PT. Varindo Lombok Inti memperoleh akses terhadap modal
- f. Memperoleh pengelolaan manajemen resiko.

Terdapat manfaat yang didapatkan dari pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan, baik bagi perusahaan sendiri, bagi masyarakat, bagi lingkungan dan pemangku kepentingan lainnya. Menguraikan manfaat yang akan diterima dari pelaksanaan CSR, diantaranya :

Bagi perusahaan, terdapat empat manfaat yang diperoleh perusahaan dengan mengimplementasikan CSR. Pertama, keberadaan perusahaan dapat tumbuh dan berkelanjutan, perusahaan mendapatkan citra yang positif dari masyarakat luas. Kedua, perusahaan lebih mudah memperoleh akses terhadap modal. Ketiga, perusahaan dapat mempertahankan sumber daya manusia yang berkualitas. Keempat, perusahaan dapat meningkatkan

pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis dan mempermudah pengelolaan manajemen resiko (risk management);

Bagi masyarakat, praktik CSR yang baik akan meningkatkan nilai tambah adanya perusahaan di suatu daerah karena akan menyerap tenaga kerja, meningkatkan kualitas sosial di daerah tersebut. Pekerja lokal yang diserap akan mendapatkan perlindungan akan hak-haknya sebagai pekerja;

Bagi lingkungan, praktik CSR akan mencegah eksploitasi berlebihan atas sumber daya alam, menjaga kualitas lingkungan dengan menekan tingkat polusi dan justru perusahaan terlibat mempengaruhi lingkungannya.

2.3 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dapat diukur dengan Tobins'q. Tobins'q diperkenalkan oleh James Tobin (1967). Tobins'q adalah alat untuk mengukur kinerja perusahaan, terutama dalam hal nilai perusahaan, yang menunjukkan seberapa baik manajemen mengelola aktiva perusahaan. Nilai Tobins'q menunjukkan kondisi peluang investasi atau potensi pertumbuhan perusahaan.

Nilai perusahaan berkorelasi dengan kinerja keuangannya karena kinerja keuangan perusahaan berkorelasi cukup erat dengan penilaian kesehatan perusahaan. Skor tinggi terkait erat dengan hasil keuangan yang kuat untuk bisnis. Analisis rasio, jenis analisis laporan keuangan yang paling umum, dapat menjelaskan kinerja keuangan perusahaan. Dalam penelitian ini, rasio profitabilitas digunakan. Profitabilitas adalah ukuran seberapa baik

sebuah bisnis dapat menghasilkan keuntungan dari operasinya selama periode waktu yang telah ditentukan.

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah suatu ide di mana bisnis mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dari tindakan mereka

2.3.1 Indikator Nilai perusahaan antara lain:

a. Reputasi

Dengan melakukan kegiatan CSR yang positif, Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan, serta membantu perusahaan untuk memenangkan persaingan di pasar.

b. Kepuasan Karyawan

Kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan dapat meningkatkan kepuasan karyawan. Hal ini dapat membantu bisnis mempertahankan karyawan yang baik dan meningkatkan produktivitas kerja.

c. Efisiensi Oprasional

Dalam beberapa kasus, kegiatan CSR dapat membantu perusahaan untuk meningkatkan efisiensi oprasional. Minsalnya dengan mengurangi limbah dan emisi, perusahaan dapat menghemat biaya oprasional dan meningkatkan efisiensi sumber daya.

d. Meningkatkan Akses Ke Pasar

Beberapa pelanggan dan investor mempertimbangkan faktor sosial dan lingkungan dalam memilih perusahaan untuk bekerja sama. Dengan melakukan kegiatan CSR yang positif, perusahaan dapat meningkatkan akses ke pasar dan investor yang peduli dengan isu-isu lingkungan..

Menurut penelitian, kegiatan CSR dapat meningkatkan kinerja pasar dan legitimasi sosial, meningkatkan loyalitas konsumen, dan secara tidak langsung meningkatkan nilai perusahaan. Oleh karena itu, penerapan CSR di dalam perusahaan menjadi salah satu faktor penentu baik tidaknya nilai suatu perusahaan.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan Fajri & Juanda, (2021) dan Ratu & Praptoyo (2019) arus kas operasi berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, Namun penelitian yang dilakukan oleh menurut Rahayu & Amanah (2019) arus kas operasi tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, hubungan CSR dengan nilai perusahaan juga diteliti oleh Wulan, R (20017) dan Sulbari, R. A (2021) yang menunjukkan hasil bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Sedangkan menurut Ethika, (2019) penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan akuntansi lingkungan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian yang dilakukan oleh Green accounting tidak

berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Gracia, H & Rahmawati, M.I 2022).

2.4 Kerangka Berfikir

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap prinsip-prinsip perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah jenis pertanggungjawaban sosial yang ditunjukkan perusahaan kepada semua pihak yang berkontribusi pada lingkungan sosial dan lingkungan hidup dalam kaitannya dengan operasi perusahaan.

Kerangka pemikiran akan diuraikan dalam bagan berikut, sesuai dengan tujuan dan kajian teori yang sudah dibahas sebelumnya:

Gambar 2.3

Kerangka Pemikiran



Ket : Variabel (X) *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (Y) Sembiring (2005).

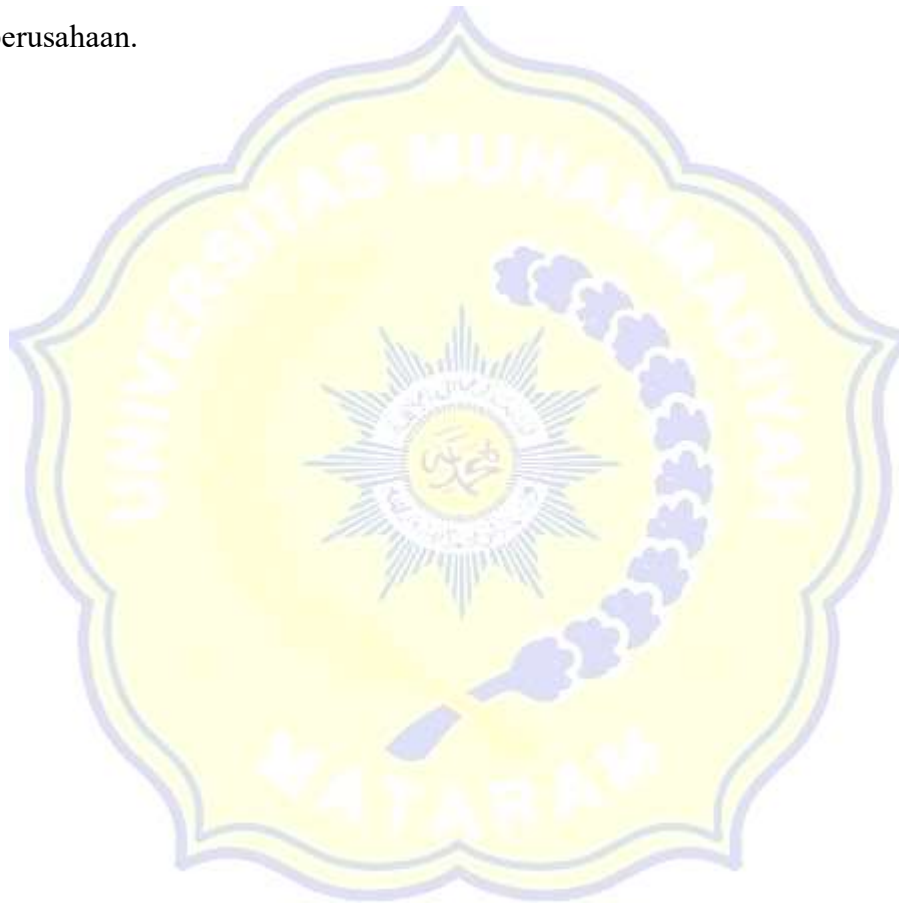
2.5. Hipotesis penelitian

Hipotesis berasal dari kata "hypo", yang berarti "di bawah", dan "thesa", yang berarti "benar", dan "hipotesis", yang berarti "pernyataan atau dugaan sementara tentang suatu masalah penelitian yang tidak jelas sehingga

perlu diuji secara empiris. Pernyataan atau asumsi ini disebut proposisi.
(Agustianti et al. 2022).

Ho : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap perusahaan.

H1 : *Corporaten Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian skripsi ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif bisa diartikan sebagai penelitian lapangan dengan menggunakan metode kuantitatif. Metode ini juga digunakan untuk penelitian pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data, bersifat kuantitatif/statistik, yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Hasil dari penelitian ini nantinya akan dipaparkan dengan mendeskripsikan hasil dari yang telah didapat melalui penelitian di lapangan.

Laporan hasil penelitian dikelola menggunakan teknik analisis data dengan metode regresi linier sederhana. Regresi linear sederhana merupakan sebuah metode statistik yang digunakan untuk memahami hubungan antara dua variabel, yaitu variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). (Rudini 2017). Dalam regresi linier sederhana, hubungan antara kedua variabel ini dijelaskan oleh persamaan garis lurus, yang dinyatakan dalam bentuk:

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = variabel dependen.

X= variabel independen.

a = intercept (nilai Y ketika $X = 0$).

b = koefisien regresi

Oleh karena itu, peneliti akan menjelaskan tentang apakah ada pengaruh secara signifikan CSR terhadap Nilai Perusahaan pada PT Varindo Lombok Inti.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana peneliti melakukan penelitian. Adapun dalam penelitian ini lokasi penelitian dilakukan di PT Varindo Lombok Inti. Selain itu, objek penelitian dalam penelitian ini adalah karyawan dan konsumen PT Varindo Lombok Inti. Waktu juga digunakan untuk pengambilan data selama proses penelitian dilakukan dari bulan September hingga november 2023.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data sangat penting untuk keberhasilan penelitian. Ini berkaitan dengan metode pengumpulan data, sumber, dan alat yang digunakan. Metode menjelaskan bagaimana penggunaannya dapat ditunjukkan melalui pengamatan, tes, angket, wawancara, dokumentasi, dan sebagainya. (Siregar, 2017). Menurut Hasanah (2017), data dibagi menjadi dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder, berdasarkan teknik pengumpulan data.

1. Data Primer

Merupakan data yang diperoleh secara langsung dari hasil observasi dan kuesioner yang disebarakan kepada sejumlah sampel responden yang sesuai dengan target sasaran dan dianggap mewakili seluruh populasi yang dalam penelitian ini yaitu penerima CSR PT Varindo Lombok Inti.

Studi lapangan, yaitu mencari dan memperoleh data dari karyawan dan konsumen PT Varindo Lombok Inti sebagai responden yang nantinya akan peneliti teliti.

Kuesioner, yaitu dengan mengajukan pernyataan-pernyataan yang sudah disiapkan secara tertulis dengan menyebarkan angket dan disertai dengan alternatif jawaban yang akan diberikan kepada responden.

2. Data Sekunder

Merupakan data yang diperoleh dari pihak lain secara tidak langsung, memiliki hubungan dengan penelitian yang dilakukan berupa sejarah perusahaan, ruang lingkup perusahaan, buku, literatur, artikel, serta situs di internet.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah area generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk dipelajari, dan kemudian peneliti membuat kesimpulan. (Amin, Garancang, and Abunawas 2023) Oleh karena

itu, populasi mencakup tidak hanya individu, tetapi juga objek dan benda alam lainnya. Populasi mencakup semua atribut yang dimiliki oleh objek atau subjek yang dipelajari, bukan hanya jumlah individu yang ada. (Sinaga2014).

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah karyawan dan konsumen yang menjadi penerima (Corporate Social Responsibility) CSR pada PT. Varindo Lombok Inti berjumlah 154 populasi.

Tabel 3.1

Populasi Penerima CSR PT Varindo Lombok Inti

No.	Bagian Karyawan	Jumlah Karyawan (Orang)
1	Karyawan	25
2	Konsumen	225
Jumlah Keseluruhan		250

Sumber: Data penerima dana CSR tahun 2023 pada PT. Varindo Lombok inti

3.4.2 Sampel

Baik jumlah populasi maupun karakteristiknya termasuk sampel (Amin, Garancang, and Abunawas 2023). Sebagian orang berpendapat

bahwa sampel adalah sekelompok orang yang dipilih atau diambil dari populasi (Sinaga 2014).

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa sampel adalah sekumpulan individu yang dipilih dari populasi tertentu. Rumus slovin digunakan untuk menentukan jumlah sampel dari populasi peneliti (Amin, Garancang, and Abunawas, 2023).Sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang di perlukan

N = Jumlah populasi

e = Tingkat kesalahan sampel (ditetapkan 5% atau 0,05)

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

$$n = \frac{250}{1 + 250(0,05^2)}$$

$$n = \frac{250}{1 + 0(0,05)}$$

$$n = \frac{250}{1,15}$$

$$n \approx 154$$

Berdasarkan hasil penghitungan menggunakan rumus slovin di atas, ditentukan jumlah sampel yang di ambil dalam penelitian ini adalah 154 responden.

3.5 Variabel dan Devinisi Oprasional

3.5.1 Variabel Penelitian

Dalam penelitian, variabel yang bertujuan digunakan sebagai landasan untuk merancang instrumen dan teknik pengumpulan data serta untuk menguji hipotesis. Oleh karena itu, variabel penelitian sangat penting. Oleh karena itu, sebuah variabel harus dapat di amati dan dapat di ukur. Orang-orang yang tinggal di perumahan Bumi Kodya Asri dan Karyawan PT Varindo Lombok Inti adalah subjek penelitian ini.

Ciri yang dapat dilihat dari unit amatan, yang merupakan ciri atau pengenal dari sekelompok objek, dianggap sebagai variabel, menurut Sugiarto (Ibrahim, Mulyadinata, and Sodirin 2022b). Fungsi variabel ini adalah untuk menunjukkan bahwa ada perbedaan antara item dalam kelompok tertentu.

Menurut F.N. Kelinger, variabel adalah sifat yang diciptakan dari nilai yang berlebihan. Berdasarkan definisi di atas, dapat

dirumuskan bahwa variabel penelitian adalah karakteristik, sifat, atau nilai seseorang, objek, atau kegiatan yang dipilih oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian dipelajari sebelum mencapai kesimpulan (Mustofa 2018).

Berdasarkan judul yang dipilih, yaitu Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan Pt. Varindo Lombok Inti, terdapat dua variabel, yaitu:

- a. **Variabel bebas** (*Independent Variabel*), adalah CSR (X) variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel Dependent (terikat). Dalam hal ini *Corporate Social Responsibility*
- b. **Variabel terikat** (*Dependent Variabel*), adalah Nilai Perusahaan (Y) variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel Independent (bebas). Dalam hal ini adalah nilai perusahaan.

Adapun untuk memperjelas kedua variabel ini maka penulis menyajikan indikator dari masing – masing variabel sebagai berikut :

TABEL 3.5

Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran
Variabel (X)	Menurut Kotler dan	<i>Profit</i>	Skala likert

<p>Corporate Social Responsibility (CSR)</p>	<p>Nancy, CSR adalah komitmen perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui praktik bisnis yang baik.</p>	<p>(keuntungan)</p> <p><i>People</i> (manusia)</p> <p><i>Planet</i> (Lingkungan)</p> <p>Kesehatan dan keselamatan tenaga kerja</p>	
<p>Variabel (Y)</p> <p>Nilai perusahaan</p>	<p>Menurut Reni Yendrawati, nilai perusahaan sangat penting. Semakin tinggi harga saham, semakin besar nilai perusahaan, yang menunjukkan prospek masa depan perusahaan.</p>	<p>1. Reputasi</p> <p>2. kepuasan karyawan</p> <p>3. Efisiensi Operasional</p> <p>4. Meningkatkan akses ke pasar</p>	<p>Skala likert</p>

3.5.2 Devinisi Oprasional

Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dapat didefinisikan sebagai tindakan atau pelaksanaan tugas yang telah diselesaikan oleh seseorang dalam jangka waktu tertentu dan dengan kualitas yang diharapkan, yang dipengaruhi oleh pemberian Corporate Social Responsibility sebagai penghargaan atau imbalan kepada masyarakat sebagai bentuk apresiasi atas pencapaian atau kinerja yang baik. Definisi operasional ini dapat bervariasi tergantung pada konteks dan tujuan penelitian yang dilakukan. Beberapa contoh defenisi oprasional yang digunakan dalam penelitian-penelitian terkait antara lain :

Pemberian *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang baik dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Pemberian *Corporate Social Responsibility* (CSR) biasa membangun hubungan yang positif dengan stekholder, seperti pelanggan, karyawan, pemasok dan masyarakat sekitar membantu mengurangi resiko bisnis.

3.6 Skala Pengukuran

Skala Likert digunakan untuk mengukur tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan terhadap pernyataan tertentu. Responden diminta untuk memilih salah satu opsi untuk menunjukkan seberapa setuju atau tidak setuju mereka dengan pernyataan tersebut. Salah satu jenis skala yang paling umum digunakan dalam penelitian adalah skala Likert, yang menggunakan

pernyataan diikuti oleh lima atau lebih pilihan jawaban, diurutkan dari yang paling tidak setuju hingga yang paling setuju. M. Shalahuddin, tahun 2023.

Tabel 3.6

Skala Likert

Pertanyaan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Cukup Baik (CB)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Jadi dengan skala Likert ini peneliti ingin mengetahui Corporate Social Responsibility nilai (CSR (X) dan Nilai Perusahaan (Y). Peneliti membuat angket berdasarkan indikator dari variabel yang relevan untuk mengumpulkan data untuk penelitian ini.

3.7 Teknik Analisa Data

3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif

Solusi untuk rumusan masalah pertama, kedua, dan seterusnya diberikan oleh analisis deskriptif. Menurut pendekatan

penelitian, data kuesioner dapat dibagi menjadi dua kategori: tabulasi dan penerapan. Nilai-nilai yang dikumpulkan dalam kuesioner tertutup yang disusun menggunakan skala ordinal 5 mewakili faktor independen (X) dan variabel dependen (Y). Sistem penilaian yang telah dibuat digunakan untuk menyusun hasil kuesioner dan nilai. Aplikasi hasil tabulasi data ke tujuan dan metodologi penelitian. Studi ini menggunakan pengukuran ordinal untuk mengukur semua tanggapannya. Jawaban dimasukkan ke dalam lima kategori dan diberi skor antara satu dan lima, seperti yang ditunjukkan di bawah ini. (ASTRIANI, 2018).

Tabel 3.7

Daftar kategori Jawaban

No	Jawaban		Bobot Nilai	Variable	
1	A		5	Sangat Memadai	Sangat Tinggi
2	B		4	Memadai	Tinggi
3	C		3	Cukup Memadai	Cukup
4	D		2	Kurang Memadai	Rendah

5	E		1	Tidak Memadai	Sangat Rendah
---	---	--	---	---------------	---------------

Setelah ditentukan skor berdasarkan tabel di atas, maka setiap jawaban dimasukkan ke dalam tabel kompilasi data sebagai berikut:



No. Urut Responden	No. Item Pertanyaan	
	1	CSR
.		
.		
154		
Total Pertanyaan	9	15

Di mana K adalah jumlah survei yang diberikan kepada setiap variabel. Anda dapat menghitung batas nilai untuk menilai setiap indikator atau pertanyaan dengan menggunakan rumus berikut:

Nilai Terendah = Jumlah responden kali jumlah item pertanyaan dikalikan dengan satu.

Nilai Tertinggi = Jumlah responden kali jumlah item pertanyaan dikalikan dengan lima.

$$Is = \frac{\text{Nilai Tertinggi}}{5}$$

Dengan mengambil sampel dari 154 orang yang menjawab, perumusan ini menghasilkan interval berikut:

Variabel CSR (X)

$$\text{Nilai Terendah} = 1 \times 154 \times 9 = 1.386$$

$$\text{Nilai Tertinggi} = 5 \times 154 \times 9 = 6.930$$

$$Is = \frac{6.930}{5}$$

$$Is = 1.386$$

Berdasarkan temuan komputasi di atas, kriteria interval digunakan untuk mengkategorikan penilaian indikator variabel CSR (ASTRIANI 2018).

penilaian tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 3.9
Kriteria Penilaian Variabel CSR

Interval Penilaian	Kriteria Penilaian
1 – 1.386	Sangat rendah
1.386 – 2135	Rendah
2136 – 3725	Cukup
3726 – 5235	Tinggi
5236 – 6930	Sangat tinggi

Variabel Nilai Perusahaan (Y)

Nilai Terendah = $1 \times 154 \times 15 = 2.310$

Nilai Tertinggi = $5 \times 154 \times 15 = 11.550$

$$I_s = \frac{11.550}{5}$$

$$I_s = 2.310$$

Untuk menilai indikator variabel Nilai Perusahaan, kriteria interval pengklasifikasian dibuat berdasarkan hasil penghitungan tersebut. Kriteria penilaian tersebut disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 3.10

Kriteria Penilaian Variabel Nilai Perusahaan

Interval Penilaian	Kriteria Penilaian
1 – 2.310	Sangat Rendah
2.310 -4525	Rendah
4526 – 6855	Cukup
6856 – 8925	Tinggi
8926 – 11550	Sangat Tinggi

untuk menghitung nilai interval masing-masing item berdasarkan tanggapan responden (ASTRIANI 2018). Prosesnya adalah sebagai berikut:

Menentukan nilai rendah untuk masing-masing item Pemberian Csr dan Nilai Perusahaan : $1 \times 154 = 154$

Menentukan nilai tinggi dari masing - masing item Pemberian Csr dan Nilai Perusahaan : $5 \times 154 = 770$

Interval dari setiap item kuisisioner Pemberian Csr dan Nilai Perusahaan adalah :

$$\frac{NT-NR}{5} = \frac{770-154}{5} = 616$$

Tabel 4.1
Nilai Interval Pemberian CSR dan Nilai Perusahaan

No	Interval	Bobot Nilai	
		CSR	Nilai Perusahaan
1	1 -154	Sangat Tidak Memadai	Sangat Rendah
2	155 - 325	Tidak Memadai	Rendah
3	326 -525	Cukup	Cukup
4	526 – 616	Memadai	Tinggi
5	616 - 770	Sangat Memadai	Sangat Tinggi

3.7.2 Analisis statistic Inferensial

3.7.2.1 Regresi Linear Sederhana

Regresi linier sederhana dapat digunakan untuk mengetahui seberapa besar nilai variabel dependen jika variabel independen diubah. berdasarkan bagaimana satu variabel bebas dan satu variabel terikat berhubungan secara fungsional atau kausal (Grace Johanna Simanjuntak, T.J. Marpaung, and Y.B. Siringoringo 2022).
Persamaan umum regresi sederhana adalah:

$$Y = a + bX$$

Harga a dan b dapat dicari dengan rumus berikut :

$$a = \frac{(\sum Y) (\sum X^2) - (\sum X) (\sum XY)}{(n)(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{n(\sum XY) - (\sum X) (\sum Y)}{(n)(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

Keterangan:

Y = Nilai variabel terikat

X = Nilai variabel bebas

a = Harga Y bila X = 0 (Harga Konstanta)

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan variabel responden. Bila b (+) maka naik, dan bila b (-) maka menjadi penurunan

n = Jumlah responden

3.8 Tehnik Pengumpulan Data

Berikut ini adalah metode yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data:

Dalam penelitian, ketersediaan informasi yang tepat sangat penting karena menentukan manfaat dari suatu pemeriksaan. Pemilahan informasi adalah proses mendapatkan data dan fakta yang dapat digambarkan. Dalam penelitian ini, beberapa pendekatan untuk mengumpulkan data digunakan, antara lain:

1. Observasi

Penting untuk memperhatikan dan menggali data tentang kondisi sebenarnya. Dengan mempertimbangkan CSR yang diidentifikasi dengan faktor pemeriksaan, persepsi dibuat. Persepsi dapat digunakan sebagai sumber informasi untuk menelaah dan membuat kesimpulan.

2. Kuesioner

Untuk mengumpulkan data, peneliti menggunakan kuesioner tertutup, yang memungkinkan responden hanya menjawab seperangkat pertanyaan yang telah diberikan.

3.9. Uji Validitas Data dan Reliabilitas Data

3.9.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengevaluasi keabsahan atau validitas kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika responden dapat menjelaskan maksudnya. Dengan melihat bagaimana skor masing-masing pertanyaan berkorelasi dengan skor total konstruk atau variabel, validitas dapat diuji.

Jika ada lebih dari satu faktor, validitas item ditunjukkan dengan adanya korelasi, dukungan terhadap item total, atau skor total; perhitungan dilakukan dengan mengkorelasikan skor item dengan skor total. Jika ada lebih dari satu faktor, pengujian validitas item dilakukan dengan mengkorelasikan skor item dengan skor faktor, kemudian mengkorelasikan skor item dengan skor total faktor, yang merupakan jumlah faktor-faktor tersebut.

Koefisien korelasi yang dihasilkan dari hasil perhitungan korelasi digunakan untuk menentukan tingkat validitas suatu item dan apakah itu layak digunakan atau tidak.

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{N \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien Validitas

N = Jumlah responden

X = Nilai Pebanding

Y = Nilai dari instrumen yang akan di cari validitasnya.

3.9.2 Reliabilitas Data

Kemampuan untuk mengulang hasil tes atau temuan penelitian dikenal sebagai reliabilitas data. Reliabilitas data juga merupakan ukuran stabilitas atau konsistensi nilai tes. Sangat penting untuk memahami koefisien realibilitas, yang merupakan ukuran seberapa baik sebuah tes mengukur pencapaian. Koefisien realibilitas menunjukkan seberapa konsisten dan kredibel data itu. Dalam kebanyakan kasus, reliabilitas data diwakili sebagai angka atau koefisien yang dapat diuji dengan berbagai metode untuk menentukan kebenaran data (Janna and Herianto 2021).

Reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen tersebut konsisten dalam mengukur gejala yang sama di tempat lain. Pengujian validitas dan reliabilitas digunakan untuk menilai konsistensi objek dan data. Tujuan pengujian reliabilitas adalah untuk menyakinkan bahwa kuesioner yang kami buat akan benar-benar dapat mengukur gejala dan menghasilkan data yang valid.

Dalam penelitian ini, reliabilitas diuji dengan menggunakan SPSS Release 26 untuk Windows. Menurut Sanaky (Sanaky 2021), indeks reliabilitas angket terdiri dari:

Jika $\alpha > 0.90$ maka reliabilitas sempurna.

Jika α antar 0.70-0.90

maka reliabilitas tinggi.

Jika α 0.50-0.70 maka reliabilitas moderat.

Jika $\alpha < 0.50$ maka reliabilitas rendah.

Jika α rendah, kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliabel.

3.10 Teknik Analisis Data

Penelitian ini melihat pengaruh simultan dan parsial dari dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen melalui penggunaan analisis regresi berganda (Grace Johanna Simanjuntak, T.J. Marpaung, dan Y.B. Siringoringo 2022). Teknik ini melibatkan pengumpulan data, pengorganisasian data, dan penyajian data dalam bentuk tabel atau grafik. Selanjutnya, data tersebut

dianalisis dengan menggunakan teknik statistik seperti uji r tabel, analisis regresi sederhana, dan koefisien determinasi untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Persamaan umum regresi sederhana adalah:

$$Y = a + bX$$

Harga a dan b dapat dicari dengan rumus berikut :

$$a = \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{(n)(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{(n)(\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

Koefisien Determinasi (R²)

Tujuan dari uji koefisien determinasi (R²) adalah untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model regresi untuk menjelaskan variasi dari variabel dependen atau variabel terikat. Koefisien determinasi juga menjelaskan besarnya pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, sehingga kita dapat mengetahui variabel bebas mana yang memiliki pengaruh terbesar terhadap variabel terikat.

Nilai koefisien determinasi (R²) memiliki interval antara 0 sampai 1. Jika nilai R² semakin mendekati 1, menandakan hasil untuk model regresi tersebut baik atau variabel independen secara keseluruhan dapat menjelaskan variabel dependen. Sedangkan jika nilai R² semakin mendekati 0, maka berarti variabel independen secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel dependen.