

**THE INFLUENCE OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
TO FIRM VALUE WITH PROFITABILITY AND LEVERAGE
AS A MODERATING VARIABLE
(STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR
YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2010-2012)**

Putri Yuliana Mandasari, Kamaliah dan Rheny Afriana Hanif

Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Riau
Kampus Bina Widya Km 12,5 Simpang Baru, Pekanbaru

ABSTRAK

The aims of this research are to know ;1) the influence of corporate social responsibility (CSR) to firm value, and, 2) the influence of profitability and leverage as the moderating variables in relation between corporate social responsibility and firm value. The research sample is manufacturing sector in period 2010-2012 by using purposive sampling method. There are 37 companies fulfilling criterion as this research sample. The research data was analyzed using moderated regression analysis with SPSS version 17.0.

The results of this research show that corporate social responsibility had a positive effect on firm value. For moderating proxies by return on asset and leverage proxies by debt to equity ratio were not a moderating variable in relation between CSR and firm value.

Keyword : Corporate Social Responsibility, Firm Value, Profitability, and Leverage.

PENDAHULUAN

Sejarah perkembangan akuntansi yang berkembang pesat setelah terjadi revolusi industri di Inggris (1760-1860), menyebabkan pelaporan akuntansi lebih banyak digunakan sebagai alat pertanggungjawaban kepada pemilik modal sehingga mengakibatkan orientasi perusahaan lebih berpihak kepada pemilik modal. Berpihaknya perusahaan kepada pemilik modal mengakibatkan perusahaan melakukan eksploitasi sumber-sumber alam dan masyarakat sosial secara tidak terkendali sehingga mengakibatkan kerusakan lingkungan alam dan pada akhirnya mengganggu kehidupan manusia.

Nilai perusahaan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai nilai pasar, karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi kemakmuran pemegang saham. Untuk mencapai nilai perusahaan umumnya para pemodal menyerahkan pengelolaannya kepada para profesional.

Perkembangan dunia bisnis akan semakin ketat dengan menciptakan suatu persaingan yang semakin tajam antar perusahaan. Persaingan bagi kelangsungan hidup dan perkembangan menjadi perusahaan besar dalam dunia usaha menjadi tantangan perusahaan dalam operasinya. Menghadapi persaingan tersebut, perusahaan dihadapkan pada tuntutan agar mempunyai keunggulan bersaing baik dalam teknologi, produk yang dihasilkan, maupun sumber daya manusianya.

Namun untuk memiliki keunggulan itu perusahaan memerlukan investasi besar dengan kebutuhan dana yang besar pula. Keterbatasan dana yang dimiliki perusahaan seringkali menjadi salah satu faktor penghambat pertumbuhan perusahaan dan keunggulan bersaing atas produk-produk yang dihasilkannya. Untuk mengatasinya ketersediaan dana itu, perusahaan harus mencari sumber-sumber pendanaan yang dapat menyediakan dana dalam jumlah besar untuk membiayai investasi baru yang juga semakin besar.

Di awal usaha, suatu perusahaan akan memenuhi kebutuhan dananya dari hasil usaha perusahaan itu sendiri (sumber internal). Namun dengan semakin berkembangnya usaha seringkali kebutuhan dana dari sumber internal ini tidak mencukupi dikarenakan semakin besar perusahaan maka semakin meningkat pula kebutuhan dananya. Untuk itu, perusahaan harus mencari alternatif pendanaan yang baru dari luar perusahaan (sumber eksternal).

Dalam penilaian perusahaan terkandung unsur proyeksi, asuransi, perkiraan, dan *judgment*. Ada beberapa konsep dasar penilaian yaitu : nilai ditentukan untuk suatu waktu atau periode tertentu; nilai harus ditentukan pada harga yang wajar; penilaian tidak dipengaruhi oleh kelompok pembeli tertentu. Secara umum banyak metode dan teknik yang telah dikembangkan dalam penilaian perusahaan, di antaranya adalah : a) pendekatan laba antara lain metode rasio tingkat laba atau *price earning ratio*, metode kapitalisasi proyeksi laba; b) pendekatan arus kas antara lain metode diskonto arus kas; c) pendekatan dividen antara lain metode pertumbuhan dividen; d) pendekatan aktiva antara lain metode penilaian aktiva; e) pendekatan harga saham; f) pendekatan *economic value added* (Suharli, 2006).

Pada dasarnya tujuan manajemen keuangan adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Akan tetapi di balik tujuan tersebut masih terdapat konflik antara pemilik perusahaan dengan penyedia dana sebagai kreditur. Jika perusahaan berjalan lancar, maka nilai saham perusahaan akan meningkat, sedangkan nilai hutang perusahaan dalam bentuk obligasi tidak terpengaruh sama sekali. Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai dari saham kepemilikan bisa merupakan indeks yang tepat untuk mengukur tingkat efektifitas perusahaan.

Untuk meningkatkan nilai perusahaan dengan cara pengaturan kegiatan keuangan perusahaan yang disebut dengan manajemen keuangan. Manajemen keuangan menyangkut kegiatan perencanaan, analisis, dan pengendalian kegiatan keuangan yang dilaksanakan oleh manajer keuangan.

Pengelolaan keuangan dapat dikelompokkan menjadi dua kegiatan utama yaitu kegiatan penggunaan dana dan mencari sumber pendanaan yang disebut sebagai fungsi manajemen keuangan (Sujoko dan Soebiantoro 2007).

Herwidayatmo mengatakan nilai perusahaan dapat dilihat melalui nilai pasar atau nilai buku perusahaan dari ekuitasnya. Ia menambahkan dalam neraca keuangan, ekuitas menggambarkan total modal perusahaan. Selain itu, nilai pasar bisa menjadi ukuran nilai perusahaan. Penilaian terhadap perusahaan tidak hanya mengacu pada nilai nominal. Menurutnya kondisi perusahaan mengalami banyak perubahan setiap waktu secara signifikan. Sebelum krisis nilai perusahaan dan nominalnya cukup tinggi. Tapi setelah krisis kondisi perusahaan merosot sementara nilai nominalnya tetap (Kurniawan, 2008).

Nurlela dan Islahuddin (2008) menjelaskan bahwa *enterprise value* (EV) atau dikenal juga sebagai *firm value* (nilai perusahaan) merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Untuk mencapai nilai perusahaan umumnya para pemodal menyerahkan pengelolaannya kepada para profesional. Para profesional diposisikan sebagai manajer ataupun komisaris (Nurlela dan Islahuddin 2008). Suatu perusahaan dikatakan mempunyai nilai yang baik jika kinerja perusahaan juga baik. Nilai perusahaan dapat tercermin dari harga sahamnya. Jika nilai sahamnya tinggi bisa dikatakan nilai perusahaannya juga baik. Karena tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham (Wahidahwati, 2002).

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* mempengaruhi Nilai Perusahaan ?
2. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan dengan di moderasi oleh *Profitabilitas* ?
3. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan dengan di moderasi oleh *Leverage* ?

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang diperoleh dari rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan.
2. Untuk menguji pengaruh *Profitability* terhadap hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan Nilai Perusahaan.
3. Untuk menguji pengaruh *leverage* terhadap hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan Nilai Perusahaan.

METODE PENELITIAN

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini didapat dengan menggunakan metode dokumentasi, dengan menggunakan bantuan software SPSS 17 dalam pengolahan data.

Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang diperoleh dari *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD) dan situs resmi BEI di www.idx.co.id. Dan sampel yang dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 37 perusahaan yang dipilih berdasarkan beberapa kriteria.

Variabel dependen pada penelitian ini adalah Nilai perusahaan. Nilai Perusahaan dapat didefinisikan sebagai nilai pasar karena perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Nilai perusahaan disimbolkan dengan (Y). Salah satu alternatif yang digunakan dalam menilai nilai perusahaan adalah dengan menggunakan Tobin's q. Rasio ini dikembangkan oleh James Tobin (1967). Rasio ini merupakan konsep yang berharga karena menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari setiap dollar investasi inkremental. Rasio Q merupakan ukuran yang lebih teliti tentang seberapa efektif manajemen memanfaatkan sumber-sumber daya ekonomi dalam kekuasaannya.

Penelitian yang dilakukan oleh Herawaty (2002), menunjukkan bagaimana rasio Q dapat ditetapkan pada masing-masing perusahaan. Mereka menemukan bahwa beberapa perusahaan dapat mempertahankan rasio Q yang lebih besar dari satu. Teori ekonomi mengatakan bahwa rasio Q yang lebih besar dari satu akan menarik arus sumber daya dan kompetisi baru sampai rasio Q mendekati satu. Nilai perusahaan diukur dengan menggunakan Tobin's q.

$$q = \frac{(EMV + D)}{(EBV + D)}$$

Variabel Independen adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain. Variabel Independen pada penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility*. *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*. Informasi mengenai *Corporate Social Responsibility* berdasarkan standar GRI terdiri dari 3 fokus pengungkapan, yaitu :

- Ekonomi
- Lingkungan
- Sosial

Mengingat masih sedikitnya perusahaan di Indonesia yang melaporkan kinerja ekonomi, sosial, lingkungan dalam bentuk *sustainability reporting* (SR) maka penelitian ini pun terbatas hanya pada data-data yang terdapat dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini agar tidak terjadi kesenjangan antara perusahaan yang sudah membuat *sustainability reporting* (SR) dengan perusahaan yang belum membuatnya (Dahli dan Siregar,2008).

Variabel Independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

Corporate Social Responsibility yang disimbol dengan (X_1), yang di ukur dengan menggunakan variabel dummy yaitu :

Score 0 : Jika perusahaan tidak mengungkapkan item pada daftar pertanyaan.

Score 1 : Jika perusahaan mengungkapkan item pada daftar pertanyaan.

Variabel moderating adalah variabel yan memperkuat atau memperlemah hubungan langsung antara variabel independen dan variabel dependen.

Variabel moderating yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- *Profitabilitas* (X_2)

PR adalah simbol *Profitability* yaitu tingkat keuntungan bersih yang mampu diraih oleh perusahaan pada saat menjalankan operasinya. Faktor ini juga memiliki pengaruh terhadap kebijakan deviden. Keuntungan yang layak dibagikan kepada pemegang saham adalah keuntungan setelah perusahaan memenuhi kewajiban-kewajiban tetapnya yaitu bunga dan pajak. Perusahaan yang semakin besar keuntungannya akan membayar porsi pendapatan yang semakin besar sebagai deviden. Rasio dihitung dengan membagi laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri, (ROE) rasio ini mengukur tingkat hasil pengembalian investasi dari para pemegang saham. Dengan kata lain rasio ini menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dengan modal sendiri yang bekerja untuk menghasilkan keuntungan. (Bambang Riyatno, 1995).

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Laba Bersih setelah Bunga dan pajak}}{\text{Modal sendiri}} \times 100 \%$$

- *Leverage* (X_3)

Leverage adalah penggunaan aset atau dana, dimana atas penggunaan tersebut perusahaan harus menanggung beban tetap berupa penyusutan atau berupa bunga (Abdul Halim,2007). Rasio *Leverage* menggambarkan sumber dana operasi yang digunakan oleh perusahaan. *Leverage* menggambarkan hubungan antara utang perusahaan terhadap modal maupun aset. Artinya hutang dapat digunakan untuk memprediksi keuntungan yang kemungkinan bisa diperoleh bagi investor jika berinvestasi pada suatu perusahaan. Jadi penggunaan utang jelas mempengaruhi nilai perusahaan dan karena biaya modal pada dasarnya merupakan sisi lain dari koin penelitian, penggunaan utang juga mempengaruhi biaya modal perusahaan (Sawir,2004).

Dalam penelitian ini *leverage* keuangan dianalisis dengan menggunakan rasio hutang terhadap modal (*Debt to Equity Ratio*). Alasan digunakannya rasio ini adalah karena rasio ini dapat mengukur kontribusi kreditur dalam membentuk struktur keuangan. Selain itu rasio ini juga menunjukkan hubungan antara jumlah hutang yang diberikan kreditur dengan jumlah modal sendiri yang diberikan oleh pemilik perusahaan. (Syamsuddin, 2000).

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Modal sendiri}}$$

Statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), nilai perusahaan, *profitabilitas*, *leverage* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residul mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil.

Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan :

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Pengujian multikolinearitas dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan linear yang sempurna diantara variabel-variabel independen. Akibat dari adanya multikolinearitas ini adalah koefisien regresinya tidak tertentu atau kesalahan standarnya tidak terhingga. Multikolinearitas dapat dilihat dengan VIF (*variance inflation factor*) bila nilai VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance diatas 0,10, maka tidak terdapat gejala multikolinearitas dan begitu pula sebaliknya.

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain (Umar, 2008). Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap disebut homoskedastisitas, sementara itu untuk varians yang berbeda disebut heteroskedastisitas. Diagnosis adanya heteroskedastisitas secara kuantitatif dalam suatu regresi dapat dilihat dengan ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot*.

Dasar pengambilan keputusan untuk menentukan apakah terjadi heteroskedastisitas atau tidak dalam sebuah model regresi menurut Santoso (2000; 209) antar lain sebagai berikut :

1. Jika titik-titik dalam yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.
2. jika titik-titik tersebut menyebar secara tidak teratur pola yang jelas diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Data yang telah dikumpulkan dianalisis dengan menggunakan alat analisis statistik yakni analisis regresi linear berganda (*multiple regression analysis*).

$$Y = r + s_1 X_1 + s_2 X_2 + s_3 X_3 X_1 X_2 + e$$

Uji interaksi atau yang sering disebut dengan *Moderated Regression Analysis* (MRA) merupakan aplikasi khusus regresi berganda linear dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (Ghozali,2006). Variabel perkalian antara *Corporate Social Responsibility* (X_1), *Profitabilitas* (X_2), *Leverage* (X_3) merupakan variabel moderating oleh karena itu pengaruh moderating variabel *Profitabilitas* (X_2), *Leverage* (X_3) terhadap hubungan *Corporate Social Responsibility* (X_1) dan Nilai Perusahaan (Y).

Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel endogen dengan salah satu atau lebih variabel independen, dengan tujuan untuk mengestimasi dan atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel yang diketahui (Ghozali,2006).

Menurut Ghozali (2006) ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari *Goodness of fit* nya, secara statistik, setidaknya ini dapat diukur dari nilai koefisien determinasi, nilai statistik F dan nilai statistik t. Perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana H_0 ditolak). Sebaliknya disebut tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berada dalam daerah dimana H_0 diterima.

Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji statistik t dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dasar pengambilan keputusannya adalah :

1. Jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$, maka variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (hipotesis ditolak).
2. Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, maka variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen (hipotesis diterima).

Uji t dapat juga dilakukan dengan melihat nilai signifikansi t masing masing variabel pada *output* hasil regresi menggunakan SPSS dengan *significance level* 0,05 (= 5%). Jika nilai signifikansi lebih besar dari maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan), yang berarti secara individual variabel independen tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan), berarti secara individual variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Uji Goodness Of Fit

Pengujian hipotesis komparabilitas (*goodness of fit*) merupakan pengujian hipotesis untuk menentukan apakah suatu himpunan frekuensi yang diharapkan sama dengan frekuensi yang diperoleh dari suatu distribusi seperti distribusi binomasi, poisson, normal, atau dari perbandingan lain.

Langkah-langkah pengujian hipotesis *goodness of fit* adalah sebagai berikut :

- a. Menentukan hipotesis
 H0 : frekuensi pengamatan sesuai dengan frekuensi yang diharapkan.
 H1 : frekuensi pengamatan tidak sesuai dengan frekuensi yang diharapkan.
- b. Menentukan tingkat signifikan () dan nilai χ^2 dari tabel
 Tingkat signifikan () dan nilai χ^2 tabel ditentukan dengan derajat bebas (db) = k – N

$$\chi^2_{(k - N)} = \dots$$

- c. menentukan kriteria pengujian
 H0 diterima apabila $\chi^2_{obs} < \chi^2_{(k - N)}$
 H1 ditolak apabila $\chi^2_{obs} > \chi^2_{(k - N)}$
- d. menentukan nilai uji statistik

$$\chi^2_0 = \frac{(f_0 - f_e)^2}{f_e}$$

- e. membuat kesimpulan
 menyimpulkan apakah H0 ditolak atau diterima berdasarkan nilai statistik uji yang diperoleh.

Pada perangkat SPSS data editor, prosedur yang digunakan adalah prosedur one – sample Kolmogorov – Smirnov. Prosedur ini digunakan untuk menguji hipotesis 0 apakah satu sampel berasal dari suatu distribusi tertentu. Hal ini dilakukan dengan mendapatkan nilai absolut dari solusi terbesar antara kumulatif distribusi function yang dihitung langsung dari data dengan nilai kumulatif dari teori.

Dalam SPSS disediakan empat fungsi distribusi teoritis yaitu distribusi normal, poisson, uniform, dan eksponensial. Secara opsional, nilai dari statistik deskriptif atau nilai kuartil dari variabel yang dites dapat ditampilkan.

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bisa terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R² pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai Adjusted R² pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti R², nilai adjusted R² dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif atau statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi mengenai variabel-variabel penelitian. Analisis data penelitian dilakukan terhadap 37 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010-2012 yang memenuhi kriteria sebagai sampel.

Statistik deskriptif penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut :

Tabel 3.1 : Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	111	0	1	.73	.446
NILAI PERUSAHAAN PROFITABILITAS	111	.18	17.78	2.9789	2.62042
LEVERAGE	111	-266.55	196.34	13.7121	49.57630
Valid N (listwise)	111	-7.20	38.79	2.0222	4.62691

Pengungkapan CSR menandakan derajat atau kuantitas dari CSR yang diungkapkan perusahaan. Dari 37 perusahaan yang menjadi sampel, pengungkapan CSR terendah sebesar 0 dan tertinggi sebesar 1.

Rata-rata pengungkapan CSR perusahaan selama tahun 2010-2012 adalah 0,73 dengan standar deviasi sebesar 0,446. Hal ini menandakan sebagian besar perusahaan sampel telah menentukan nilai perusahaannya.

Nilai perusahaan terendah sebesar 0,18 dan tertinggi sebesar 17,78. Rata-rata pengungkapan berita terbaru perusahaan selama tahun 2010-2012 adalah 2,9 dengan standar deviasi sebesar 2,6. Hal ini menandakan sebagian besar perusahaan sampel telah menentukan nilai perusahaannya.

Nilai rata-rata *profitabilitas* perusahaan yang diukur dengan ROA selama tahun 2010-2012 adalah 13,71 dengan standar deviasi sebesar 49,57. Hal ini menandakan sebagian besar perusahaan sampel telah menentukan nilai perusahaannya.

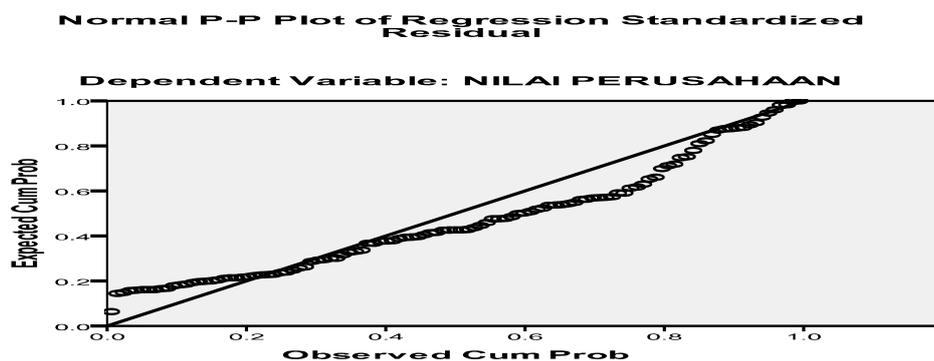
Nilai rata-rata *leverage* perusahaan yang diukur dengan DER selama tahun 2010-2012 adalah 2,02 dengan standar deviasi sebesar 4,62. Hal ini menandakan sebagian perusahaan sampel telah menentukan nilai perusahaannya.

Hasil Uji Normalitas Data

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen maupun variabel independen mempunyai distribusi yang normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilihat dari penyebaran data yang mengikuti garis normal seperti yang dapat dilihat pada gambar 4.1.

- Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 3.1 : Grafik Normalitas



Dari gambar plot dapat dilihat bahwa titik-titik tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka dapat dikatakan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk melihat adanya keterkaitan antara variabel independen, atau dengan kata lain setiap variabel independen dijelaskan oleh variabel independen lainnya.

Uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat *tolerance value* dan VIF. Multikolinearitas tidak terjadi bila nilai *tolerance value* diatas 0,1 atau nilai VIF dibawah 10. Hasil uji multikolinearitas disajikan dalam tabel berikut ini :

Tabel 3.2 Uji Multikolinearitas Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
CSR	.978	1.022
PROFITABILITAS	.514	1.946
LEVERAGE	.520	1.922

Dari tabel di atas terlihat bahwa nilai *tolerance*-nya diatas 0,1 dan nilai VIF dibawah 10. Sehingga dapat dikatakan bahwa tidak terjadi multikolinearitas diantara variabel-variabel independen yang diteliti.

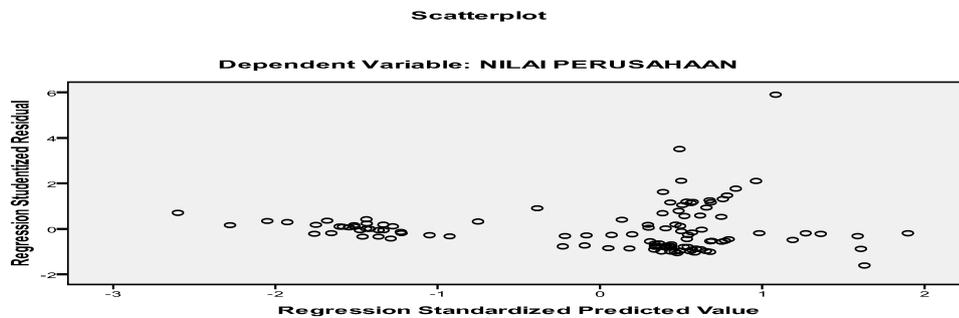
Hasil Uji Heterokedastisitas

Tujuan dilakukan pengujian heterokedastisitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi kesamaan varians dan residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain.

Heterokedastisitas ini dapat dideteksi dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot*. Jika titik-titik pada *scatterplot* membentuk pola tertentu berarti regresi mengalami gangguan. Sebaliknya jika diagram pencar tidak membentuk suatu pola tertentu (menyebar) berarti regresi tidak mengalami gangguan heterokedastisitas.

Hasil pengujian heterokedastisitas dapat dilihat pada grafik *scatterplot* dibawah ini :

Gambar 3.2 : Grafik Scatterplot



Dari grafik *scatterplot* di atas terlihat bahwa titik- titik menyebar secara acak, serta tersebar di atas maupun di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini bebas dari heterokedastisitas.

Hasil Uji Autokorelasi

Tabel 3.3 : Hasil Uji Autokorelasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.501 ^a	.251	.230	2.29949	2.012

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Pengujian ini dapat dilakukan dengan berbagai uji yang dilakukan. Di bawah ini merupakan hasil dari pengujian heteroskedastisitas dengan melihat nilai DW.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model yang dirancang dalam penelitian ini melibatkan 2 variabel, yaitu pengungkapan CSR (CSR) variabel independen dan nilai perusahaan sebagai variabel dependen dengan menggunakan 2 variabel moderating yaitu profitabilitas (M1) dan leverage (M2).

Tabel 3.3 : Analisis Regresi Berganda Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.020	.416		2.453	.016
	CSR	2.138	.553	.364	3.867	.000
	X1*X2	.020	.007	.276	2.821	.006
	X1*X3	.103	.099	.104	1.047	.298

Berdasarkan tabel di atas, persamaan regresi yang dihasilkan adalah :

$$Y = a + bX_1 + bX_1X_2 + bX_1X_3 + e$$

Persamaan regresi di atas mempunyai makna sebagai berikut :

- Nilai konstanta () adalah 1.020. Hal ini berarti jika CSR bernilai 0, maka Nilai Perusahaan bernilai 1.020.
- Nilai koefisien regresi X1*X2 adalah 0.020 dan bertanda positif. Hal ini berarti bahwa setiap perubahan satu persen pada X1*X2 dengan asumsi variabel lainnya tetap, maka perubahan Nilai Perusahaan yang diperoleh adalah sebesar 0.020 dengan arah yang sama.
- Nilai koefisien regresi X1*X3 adalah 0.103 dan bertanda positif. Hal ini berarti bahwa setiap perubahan satu persen pada X1*X3 dengan asumsi variabel lainnya tetap, maka perubahan Nilai Perusahaan yang diperoleh adalah sebesar 0.103 dengan arah yang sama.

Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji statistik t dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Dasar pengambilan keputusannya adalah :

- Jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$, maka variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (hipotesis ditolak).
- Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, maka variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen (hipotesis diterima).

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan t-hitung sebesar 3,867, dan berdasarkan persamaan t-tabel sebesar 2,026 maka dapat diambil hasil bahwa t-hitung (3,867) > t-tabel (2,026) dan kesimpulan yang bisa ditarik bahwa variabel dependen (CSR) diterima.

Hasil Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama antara variable independen terhadap dependen. Pada tabel 4.2 dapat dilihat hasil dari Uji F yang dilakukan.

Tabel 3.2 : Hasil Uji Simultan ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	189.550	3	63.183	11.949	.000 ^a
	Residual	565.777	107	5.288		
	Total	755.327	110			

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut di atas, diketahui nilai F hitung sebesar 11.949 dengan probabilitas sebesar 0,000. Angka probabilitas tersebut lebih kecil dari nilai 0,05 (5%), dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model yang digunakan untuk menguji *corporate social responsibility*, *profitabilitas* dan *leverage* adalah model yang *fit*.

Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi menunjukkan besarnya persentase variabel independen (pengungkapan CSR) dapat menjelaskan variabel dependen (nilai perusahaan). Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Tabel 3.4 : Koefisien Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.501 ^a	.251	.230	2.29949	2.012

Dari tabel di atas diperoleh R Square (R^2) sebesar 0,251. Dengan demikian variabel *Corporate Social Responsibility* hanya dapat menjelaskan variabel Nilai Perusahaan sebesar 25,1%. Sedangkan sisanya sebesar 74,90% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini.

Hipotesis pertama penelitian ini menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil analisis regresi yang disajikan dalam tabel 4.3, diperoleh koefisien regresi untuk variabel CSR sebesar 0,364 dan nilai t hitung sebesar 3,867 dengan signifikansi sebesar 0,000 yang nilai signifikansinya lebih kecil dari tingkat signifikansi (α)=5% atau 0,05 atau ternyata p-value $0,000 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian H1 diterima.

Hipotesis kedua penelitian ini menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* akan meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan tinggi. Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai t hitung untuk variabel moderasi diketahui sebesar 2,821 dengan signifikansi sebesar 0,006. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka variabel *profitabilitas* mampu memoderating pengaruh hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan nilai perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* dapat meningkatkan nilai perusahaan pada saat *profitabilitas* perusahaan tinggi, dengan demikian H2 diterima.

Hipotesis ketiga penelitian ini menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* dan nilai perusahaan tidak mempengaruhi *leverage* sebagai variabel moderating. Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai t hitung untuk variabel moderasi diketahui sebesar 1,047 dengan signifikansi sebesar 0,298. Karena nilai ini tidak signifikan dari 0,05 maka variabel *leverage* tidak memoderating pengaruh antara *Corporate Social Responsibility* dengan nilai perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel *leverage* tidak mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* dan nilai perusahaan, dengan demikian H3 ditolak.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Nilai t untuk Profil Dasar Perusahaan sebesar 3.867 dengan nilai signifikansi 0,000, dimana nilai ini signifikan pada tingkat signifikansi 0.05 karena lebih kecil dari 0.05, maka hipotesis 1 diterima. Artinya, pertanggungjawaban sosial berperan dalam meningkatkan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa besar kecilnya praktik CSR mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan. Hal ini sesuai dengan teori bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. Apabila perusahaan dapat memaksimalkan manfaat yang diterima *stakeholder* maka akan timbul kepuasan bagi *stakeholder* yang akan meningkatkan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Febi Susanti (2012) yang mengatakan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dengan nilai perusahaan.

Tetapi tidak konsisten dengan penelitian Nurlela dan Islahuddin (2008) yang menyatakan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Profitabilitas* sebagai Variabel Moderating dalam Hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan Nilai Perusahaan

Nilai t untuk $X1 \times X2$ sebesar 2.821 dengan nilai signifikansi 0,006, dimana nilai ini signifikan pada tingkat signifikansi 0.05 karena lebih kecil dari 0.05, maka hipotesis 2 diterima. Artinya, *profitabilitas* memoderating pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Nilai Perusahaan.

Dengan kata lain *Corporate Social Responsibility* dapat meningkatkan nilai perusahaan pada saat *profitabilitas* perusahaan tinggi, dan sebaliknya *corporate social responsibility* dapat menurunkan nilai perusahaan pada saat *profitabilitas* perusahaan rendah. Berpengaruhnya *profitabilitas* di dalam hubungan antara *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan antara lain disebabkan oleh banyak perusahaan manufaktur di tahun 2010 yang tergolong perusahaan non-ekonomis. Perusahaan non-ekonomis yaitu perusahaan yang memiliki keuntungan tinggi dan anggaran CSR-nya tinggi (Suharto,2007).

Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian Rimba Kusumadilaga (2010) yang mengatakan bahwa variabel *profitabilitas* sebagai variabel moderating tidak dapat mempengaruhi hubungan *Corporate Social Responsibility* dan nilai perusahaan.

Jadi, sebesar apapun tingkat *profitabilitas* perusahaan dapat mempengaruhi hubungan antara *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan karena sebagian besar perusahaan manufaktur di tahun 2010 tergolong ke dalam perusahaan non-ekonomis.

Pengaruh Leverage sebagai Variabel Moderating dalam Hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan Nilai Perusahaan

Tabel 3.3 memperlihatkan nilai t untuk $X1 \times X3$ sebesar 1.047 dengan nilai signifikansi 0,298, dimana nilai ini tidak signifikan pada tingkat signifikansi 0.05 karena lebih besar dari 0.05, maka hipotesis 3 ditolak. Artinya, Leverage tidak memoderating pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Nilai Perusahaan.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Febi Susanti (2012) mengatakan bahwa *leverage* sebagai variabel moderating dapat memperkuat dan memperlemah pengaruh antara *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

Kondisi ini membuat *leverage* yang tidak mempengaruhi *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan sebagian besar perusahaan menggunakan dana mereka sendiri untuk membayar utang daripada biaya yang terkait dengan pengungkapan sosial.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* menjadi faktor penyebab Nilai perusahaan meningkat.
2. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Febi Susanti (2012) yang mengatakan bahwa variabel CSR berpengaruh positif dengan nilai perusahaan.
3. Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa variabel *Profitabilitas* memoderating pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian Rimba Kusumadilaga yang mengatakan bahwa profitabilitas sebagai variabel moderating tidak mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan.
4. Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa variabel *Leverage* tidak memoderating pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan. Hasil ini mendukung penelitian Febi Susanti (2012) mengatakan bahwa *leverage* sebagai variabel moderating dapat memperkuat dan memperlemah pengaruh antara *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

Keterbatasan Penelitian

Sebagaimana lazimnya suatu penelitian, hasil penelitian ini juga mengandung beberapa keterbatasan, antara lain:

1. Pemilihan objek penelitian hanya menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2010-2012 saja.
2. Penelitian ini hanya menguji pengaruh variabel-variabel pengungkapan *corporate social responsibility* dan menggunakan *profitabilitas* dan *leverage* sebagai variabel moderating terhadap nilai perusahaan. Variabel-variabel lain yang mungkin berpengaruh juga terhadap Nilai Perusahaan tidak diuji dalam penelitian ini.
3. Periode penelitian yang digunakan hanya terbatas tiga tahun. Periode waktu yang terbatas tersebut tentunya mempengaruhi hasil penelitian ini.

Saran

Saran-saran yang dapat diberikan oleh peneliti bagi kesempurnaan penelitian selanjutnya yaitu :

1. Penelitian selanjutnya mungkin dapat mempertimbangkan untuk menggunakan objek penelitian seluruh perusahaan yang terdaftar di BEI, sehingga dapat dilihat generalisasi teori secara valid.
2. Penelitian selanjutnya hendaknya mempertimbangkan beberapa variabel lain yang mungkin mempengaruhi nilai perusahaan untuk meningkatkan pengetahuan mengenai *Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan* di Indonesia.
3. Periode penelitian selanjutnya sebaiknya lebih dari tiga tahun karena periode yang lebih panjang diharapkan dapat memungkinkan klasifikasi berdasarkan.
4. Bagi perusahaan dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang pentingnya pertanggungjawaban sosial perusahaan yang diungkapkan di dalam laporan yang disebut *sustainability reporting*.
5. Bagi investor, akan memberikan wacana baru dalam mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu diperhitungkan dalam investasi yang tidak terpaku pada ukuran-ukuran moneter.
6. Bagi masyarakat, akan memberikan stimulus secara proaktif sebagai pengontrol atas perilaku-perilaku perusahaan dan semakin meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh.
7. Bagi lembaga-lembaga pembuat peraturan/ standar, misalnya Bapepam, IAI dan sebagainya, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi penyusunan standar akuntansi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Fr. 2006. Pengungkapan informasi sosial dan faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan informasi sosial dalam laporan keuangan tahunan (Studi empiris pada perusahaan-perusahaan yang terdaftar bursa efek Jakarta), Simposium Nasional Akuntansi 9.
- Budiman, Arif., Prasetijo, Aji dan Rudito Bambang (2004) "Corporate Social Responsibility". Jakarta: Indonesia Center of Sustainable Development (ICSD).
- Belkoui, A dan Karpik, P.G (1989). "Determinant of The Corporate Decision Disclose Social Information", *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol.2 No.1, pp 36-51.
- Dahlia, Lely, dan Sylvia Veronica Siregar. 2008. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi XI Pontianak*.
- Dahli, L. dan Siregar, V. S. 2008. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2005 dan 2006). *Simposium Nasional Akuntansi XI. Pontianak*.

- Darwin, Ali (2006) "Sustainability Reporting/ Laporan Keberlanjutan". Makalah disajikan pada Kuliah Perdana di Banda Aceh: Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Unsyiah, 1 September 2006.
- Ghozali, Imam. 2006. *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ke 4. Badan Penerbit Universitas Diponegoro : Semarang. dan A. Chariri. 2007. *Teori Akuntansi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro : Semarang.
- Herawati, Vinola. 2008. Peran Praktek Corporate Governance sebagai Moderating Variabel dari Pengaruh Earning Management terhadap Nilai Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi XI*. Pontianak.
- Harjoto, Maretno A, dan Hoje Jo. (2007). Corporate Governance and Firm Value The Impact of CSR , *Social Science Research Network*
- Kurniawan, Reno. 2008. Analisis Good Corporate Governance, Kualitas Laba, dan Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEJ. *Skripsi S1 Akuntansi UNDIP*.
- Kusumadilaga,Rimba. 2010. Pengaruh *Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating* (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi, UNDIP Semarang.
- Martono, Cyrillius, "Analisis Pengaruh Profitabilitas Industri, Rasio Leverage Keuangan Tertimbang dan Intensitas Modal Tertimbang serta Pangsa Pasar terhadap "ROA" dan "ROE" Perusahaan Manufaktur yang Go Public di Indonesia", *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 4, No.2, Nopember 2002: 126-140.
- Nurlela, Rika dan Islahuddin. 2008. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel Moderating, *Simposium Nasional Akuntansi XI Pontianak*.
- Paranita, E. S. 2007. Analisis Pengaruh Insider Ownership, Kebijakan Hutang,Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.*ASET*. Volume 9 Nomor 2. Agustus : 464-493.
- Rakhiemah, A. N. dan Agustia, D. 2009. Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure* dan Kinerja Finansial Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Simposium Nasional Akuntansi XII*. Palembang.
- R. Tevi Gilang Santika, 2010, Pengaruh Pengeluaran Biaya Corporate Social Responsibility terhadap Profitabilitas pada PT. Unilever Indonesia Tbk, *Skripsi*.
- Soliha dan Taswan, 2002, "Pengaruh Kebijakan Hutang Terhadap Nilai Perusahaan Serta Beberapa Faktor Yang Mempengaruhinya", *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, Vol.9, No.2.

- Suranta, E. dan Merdistuti, P. P. 2004. Income Smoothing, Tobin's Q, Agency Problem dan Kinerja Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi VII*. Denpasar Bali, 2-3 Desember.
- Sutopoyudo. 2009. Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Profitabilitas Perusahaan. Sutopoyudo's Weblog at <http://www.wordpress.com>. Diakses tanggal 30 Oktober 2009.
- Tresnawati, Rina. Pengaruh Sebelum dan Setelah Penerapan Corporate Social Responsibility terhadap Profitabilitas Perusahaan: Studi Kasus pada Perusahaan PT. Telkom. *Skripsi*.
- Wahidahwati. 2002. Pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional pada Kebijakan Utang Perusahaan : Sebuah Perspektif Teori Agensi. *JRAI*, Volume 5 Nomor 1. Januari : 1-16.