



Pengaruh Coorporate Social Responsibility Disclosure Dan Institutional Ownership Terhadap Firm Value PT Sinar Pematang Mulia 11 Bandar Mataram Lampung Tengah

Retno Eka Andrianingsih¹, H. Jawoto Nusantoro², Elmira Febri Darmayanti³

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Metro, Jl Ki Hajar Dewantara, 34111, Lampung Indonesia

^{3*}Universitas Muhammadiyah Metro, Jl Ki Hajar Dewantara, 34111, Lampung Indonesia

E-mail: retnoekaandrianingsih10@gmail.com¹

jawoto46@gmail.com²⁾

efdarmayanti@gmail.com³⁾

ARTICLE INFO

Article history: (9 PT)
Received 00 Maret 2018
Received in Revised 00
April 2018
Accepted 00 Juni 2018

Keyword's :

Corporate Social
Responsibility Disclosure,
Institutional Ownership
Firm Value

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure and Institutional Ownership on Firm Value at PT Sinar Pematang Mulia 11 Bandar Mataram Central Lampung. The type of research used is quantitative with this research method using panel regression method and processed using Eviews. The results showed that the Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure variable had a positive and significant effect on Firm Value, which was 0.000048 with a positive sign with a probability value of 0.0048 > 0.05. Institutional Ownership variable has a positive and significant effect on Firm Value, which is 0.000079 with a positive sign with a probability value of 0.0630 > 0.05. Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure and Institutional Ownership variables have a positive and significant impact on Firm Value, namely Fcount (3.696479) > from F table (2.934030) and probability value is 0.005279 < 0.05.

Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure dan Institutional Ownership terhadap Firm Value Pada PT Sinar Pematang Mulia 11 Bandar Mataram Lampung Tengah. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode Penelitian ini menggunakan metode regresi panel dan diolah menggunakan Eviews. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Variabel Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Firm Value yaitu sebesar 0.000048 bertanda positif dengan nilai probabilitas 0.0048 > 0.05. Variabel Institutional Ownership mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Firm Value yaitu sebesar 0.000079 bertanda positif dengan nilai probabilitas 0.0630 > 0.05. Variabel Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure dan Institutional Ownership mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Firm Value yaitu demikian Fhitung (3.696479) > dari F tabel (2,934030) dan nilai probabilitas 0,005279 < 0,05.

Expensive : Jurnal Akuntansi

Website : <http://www.fe.ummetro.ac.id/ejournal/index.php/JA>



This is an open access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

* Corresponding author. Telp.: +6281-0000-0000; fax: +0-000-000-0000. E-mail address: author@institute.xxx

Peer review under responsibility of Expensive: Accounting Journal. [xxxx-xxxx](https://doi.org/10.24127/expensive.v1i2.178)

PENDAHULUAN

Pemerintah harus Dewasa ini masyarakat semakin cermat dalam menilai dampak sosial yang ditimbulkan perusahaan dari proses produksinya. Hal ini menimbulkan tuntutan kepada perusahaan agar memperhatikan dampak sosial yang timbul dan bagaimana mengatasinya. Tanggung jawab sosial perusahaan tidak hanya sebatas peduli lingkungan saja, akan tetapi juga kepada seluruh pemangku kepentingan diantaranya karyawan, pelanggan, kreditor, pemegang saham, dan komunitas. Tanggung jawab sosial atau yang sering disebut Corporate Social Responsibility (CSR) Corporate Social Responsibility merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Disamping itu definisi Corporate Social Responsibility (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasionalnya dan interaksinya dengan stakeholder yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum.

Setiap perusahaan memiliki tanggung jawab sosial terhadap komunitas yang berkaitan dengan kegiatan operasional bisnisnya meliputi aspek ekonomi (profit), sosial (people), dan lingkungan (planet) atau biasa disebut triple bottom line (3P), yang diwujudkan dalam bentuk Corporate Social Responsibility (CSR). Hal ini tersebut berarti bahwa CSR adalah bentuk kepedulian perusahaan yang menyisihkan sebagian keuntungan (profit) bagi kepentingan pembangunan manusia (people) dan lingkungan (plane) Di Indonesia, kesadaran mengenai CSR ini terlihat dari makin banyaknya perusahaan yang mengungkapkan isu CSR dalam laporan keuangan tahunan maupun press release lainnya. Pemerintah pun mengakomodirnya dengan mengeluarkan Undang-undang Republik Indonesia No 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. Perusahaan yang mengelola atau operasionalnya terkait dengan Sumber Daya Alam (SDA) diwajibkan melaksanakan CSR sesuai dengan Undang - undang Republik Indonesia nomor 40 Tahun 2007. Sedangkan perbankan adalah perusahaan yang mengelola atau operasionalnya terkait dengan jasa yang pertumbuhannya semakin meningkat.

Perusahaan yang bertanggung jawab pada lingkungan, akan mendapatkan banyak manfaat, salah satunya adalah peningkatan reputasi (brand image). Bagi perusahaan, reputasi

atau citra korporat merupakan aset yang paling utama dan tak ternilai harganya, karena citra korporat akan mempengaruhi loyalitas konsumen. Oleh karena itu segala upaya, daya, dan biaya digunakan untuk memupuk, merawat, serta menumbuh kembangkannya. Selain itu, CSR juga dapat membuka akses untuk investasi dan pembiayaan bagi perusahaan, karena para investor ini sudah mempunyai kesadaran akan pentingnya berinvestasi pada perusahaan yang telah melakukan CSR. Demikian juga penyedia dana, seperti perbankan, lebih memprioritaskan pemberian bantuan dana pada perusahaan yang melakukan CSR.

Untuk menunjukkan bahwa perusahaan adalah warga dunia bisnis yang baik maka perusahaan dapat membuat pelaporan atas dilaksanakannya beberapa standar CSR termasuk dalam hal akuntabilitas atas standar AA1000 berdasarkan laporan sesuai standar John Elkington yaitu laporan yang menggunakan dasar Triple Bottom Line (3BL). Pengukuran Corporate Social Responsibility (CSR) pada perusahaan yang menjalankan sistem konvensional dilakukan dengan Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure yang mengacu pada Global Reporting Iniatif (GRI) Index. Pengukuran kinerja CSR yang dilakukan melalui laporan tahunan perusahaan. Perusahaan membuat laporan pertanggungjawaban di setiap tahunnya sebagai cerminan kinerja perusahaan di tahun itu kepada investor. Laporan tahunan juga berfungsi sebagai alat untuk menarik investor supaya menanamkan modalnya pada perusahaan. Dalam laporan tersebut terdapat laporan kinerja keuangan perusahaan. Laporan kinerja keuangan adalah gambaran dari kondisi keuangan suatu perusahaan pada periode tertentu. Dalam CSR terdapat banyak faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan laporan CSR, salah satunya adalah kinerja keuangan. Penilaian kinerja keuangan dapat dilakukan melalui analisis-analisis rasio yang diantaranya adalah analisis rasio profitabilitas.

Kinerja keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan dengan menggunakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar. Untuk menganalisis kinerja keuangan suatu perusahaan dapat melakukan review terhadap data laporan keuangan, review disini dilakukan dengan tujuan agar laporan keuangan yang sudah dibuat tersebut sesuai dengan penerapan kaidah-kaidah yang berlaku umum dalam dunia akuntansi, sehingga dengan demikian hasil laporan keuangan tersebut dapat dipertanggungjawabkan.

Untuk menentukan kinerja keuangan, maka akan digunakan laporan keuangan dengan Ratio Profitabilitas (*profitability Ratio*), gunanya untuk mengukur tingkat efektifitas pengelolaan (menajemen) perusahaan yang ditunjukkan oleh jumlah keuntungan yang

dihasilkan dari penjualan dan investasi. Semakin baik rasio profitabilitas maka semakin baik menggambarkan kemampuan tingginya memperoleh keuntungan perusahaan. Dari pemaparan di atas dapat diambil gambaran, bagaimana pengungkapan CSR terhadap kinerja keuangan. Untuk itu penulis tertarik untuk mengangkat ke dalam penelitian yang berjudul: “Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure Dan Institutional Ownership Terhadap Firm Value Pada PT Sinar Pematang Mulia 11 Bandar Mataram Lampung Tengah”

LANDASAN TEORI

CSR merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan Menurut The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), Corporate Social Responsibility atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan 14 kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan.

Kepemilikan Institusional merupakan persentase saham yang dimiliki oleh pihak institusi seperti perusahaan reksa dana, asuransi, bank, dan sebagainya (Sukirni, 2012). Adanya kepemilikan saham oleh institusi lain dapat mendorong peningkatan pengawasan yang lebih optimal. Mekanisme monitoring tersebut akan mendisiplinkan penggunaan debt (utang) dalam struktur modal dan menjamin peningkatan kemakmuran 15 pemegang saham (Sofyaningsih & Hardiningsih, 2011).

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian yang bersifat kuantitatif, yakni dengan melakukan kajian terhadap data dan informasi yang diperoleh serta memberikan penilaian terhadap permasalahan tersebut. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari annual report.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure Terhadap Firm Value

Nilai koefisien regresi untuk variabel CSR sebesar 0.000048 bertanda positif dengan nilai probabilitas $0.0048 > 0.05$ yang berarti bahwa Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Firm Value. Dengan demikian dapat disimpulkan hipotesis pertama diterima. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang ada menyatakan bahwa corporate social responsibility merupakan rasio yang menunjukkan dan mengukur kemampuan perusahaan dalam menaikkan nilai perusahaan. Jika corporate social responsibility ini tinggi maka akan menunjukkan kemampuan perusahaan yang tinggi dalam meningkatkan nilai perusahaan dan menunjukkan nilai perusahaan yang positif bagi nilai perusahaan sehingga banyak investor yang berinvestasi pada perusahaan tersebut. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Etty Murwaningsari, Zuhroh dan Putu (2009) dengan hasil penelitian bahwa secara parsial corporate social responsibility berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil uji pengaruh corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini sesuai dengan teori yang menyatakan menerapkan corporate social responsibility menjadikan nama perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen pun akan semakin tinggi, meningkatnya loyalitas konsumen berdampak pada meningkatnya loyalitas konsumen berdampak pada meningkatnya penjualan perusahaan dan profitabilitas perusahaan yang berarti semakin tingginya nilai perusahaan. Corporate social responsibility mempunyai peranan penting dalam meningkatkan nilai perusahaan sebagai hasil dari peningkatan penjualan perusahaan dengan cara melakukan berbagai aktivitas tanggung jawab sosial dilingkungan sekitar.

Pengaruh Institutional Ownership Terhadap Firm Value

Nilai koefisien regresi untuk variabel Institutional Ownership sebesar 0.000079 bertanda positif dengan nilai probabilitas $0.0630 > 0.05$ yang berarti bahwa Institutional Ownership mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Firm Value. Dengan demikian dapat disimpulkan hipotesis kedua diterima. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang ada menyatakan bahwa kepemilikan institusional merupakan rasio yang menunjukkan dan mengukur kemampuan perusahaan dalam menaikkan nilai perusahaan. Jika rasio ini tinggi maka akan menunjukkan kemampuan perusahaan yang tinggi dalam meningkatkan

nilai perusahaan dan menunjukkan nilai perusahaan yang positif bagi nilai perusahaan. Namun, hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian oleh Demsetz dan Villalonga (2007) yang menyatakan bahwa kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, ia menemukan bahwa meskipun kepemilikan institusional tinggi namun tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil uji pengaruh kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan, menunjukkan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan kepemilikan institusional memiliki kemampuan untuk mempengaruhi nilai perusahaan dengan signifikan dan searah, yang artinya kenaikan kepemilikan institusional di perusahaan kino akan menaikkan nilai perusahaan Hal ini sesuai dengan meningkatnya kepemilikan institusional maka segala aktivitas perusahaan akan diawasi oleh pihak institusi. Investor institusi dianggap dapat menjadi mekanisme monitoring yang efektif dalam setiap keputusan yang diambil oleh manajer

KESIMPULAN DAN SARAN

Variabel Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Firm Value yaitu sebesar 0.000048 bertanda positif dengan nilai probabilitas $0.0048 > 0.05$. Variabel Institutional Ownership mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Firm Value yaitu sebesar 0.000079 bertanda positif dengan nilai probabilitas $0.0630 > 0.05$. Variabel Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure dan Institutional Ownership mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Firm Value yaitu demikian Fhitung (3.696479) $>$ dari F tabel ($2,934030$) dan nilai probabilitas $0,005279 < 0,05$

DAFTAR PUSTAKA

- Azheri, Busyra. Corporate Social Responsibility: Dari Voluntary Menjadi Mandotary. Jakarta: Rajawali Pers, 2012.
- Arbi Tovani. Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Perbankan Konvensional Di Indonesia Periode Tahun 2009 – 2013. Jurnal Universitas Pandanaran
- Budi Untung, Hendrik. Corporate Social Responsibility. Jakarta: Sinar Grafika, 2009.
- Bungin, Burhan. Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial lainnya. Jakarta: Kencana, 2005.

- Hadi, Nor. Corporate Social Responsibility. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- Hais Dama. Corporate Social Responsibility (Csr) Disclosure Dan Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018. Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo
- Ibnu Dipraja. 2014. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Periode 2010-2012). Jurnal Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Dian Nuswantara
- Krisztina Szegedi. 2020. Corporate Social Responsibility and Financial Performance: Evidence from Pakistani Listed Banks.
- Rahmatullah dan Trianita, Kurniawati. Panduan Praktis Pengelolaan CSR. Yogyakarta: Samudra Biru, 2011.
- Sawir, Agnes. Analisis Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan Perusahaan. Jakarta: Gramedia, 2000.
- Setiawan, Azis B. Kesehatan Finansial dan Kinerja Sosial Bank Umum Syariah di Indonesia. Seminar Ilmiah Kerjasama Magister Bisnis Keuangan Islam Universitas Paramadina, Ikatan Ahli Ekonomi Islam (IAEI) dan Masyarakat Ekonomi Syariah (MES), Juli 2009.
- Sofyani, Hafiez dkk. Islamic Social Reporting Sebagai Model Pengukuran Kinerja Sosial Perbankan Syariah (Studi Komparasi Indonesia dan Malaysia). Jurnal Dinamika Akuntansi, Volume 4, Nomor 1, 2012.
- Suwito, Edy dan Herawaty. Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Tindakan Perataan Laba yang Dilakukan oleh Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta. SNA VIII Solo, September 2005.
- Widiawati, Septi. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Islamic Social Reporting Perusahaan-Perusahaan yang Terdapat pada Daftar Efek Syariah. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang, 2012.
- Wijayanti, Tri Feb, “ Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan,” Simposium Nasional Akuntansi XIV Aceh (2011): h.3.