

***PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Influence of Corporate Social Responsibility Disclosure on Company Value: Study of Manufacturing Companies in The Multi-Industrial Sector Listed on The Indonesia Stock Exchange)***

**La Ode Anto**

[Laodeanto@gmail.Com](mailto:Laodeanto@gmail.Com)

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Halu Oleo

**Safaruddin**

[Sodhank7@gmail.Com](mailto:Sodhank7@gmail.Com)

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Halu Oleo

**Andi Zulkifli**

[Andikifli420@gmail.Com](mailto:Andikifli420@gmail.Com)

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Halu Oleo

---

**Info Jurnal**

***Sejarah Artikel:***

Diterima  
20-03-2021

Disetujui  
06-04-2021

Dipublikasikan  
20-04-2021

***Keywords:***

corporate            social  
responsibility,  
company            value,  
manufacturing

***Klasifikasi JEL:***

G38, M13

---

**Abstract**

*This study aims to determine and analyze the effect of Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure on company value of manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX). The sample in this study uses purposive sampling technique, from determining the sample obtained 12 sector manufacturing companies, various industries listed on the Indonesia Stock Exchange that meet the criteria to be sampled in this study. The data collection method uses documentation. Data analysis used descriptive statistical analysis and simple regression analysis. The results of this study indicate that the disclosure of Corporate Social Responsibility (corporate social responsibility) has a significant effect on firm value in various industrial sector manufacturing companies in the Indonesia Stock Exchange (BEI). This shows that the greater the disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR), the greater the value of the company.*

## I. PENDAHULUAN

Pada dasarnya, perusahaan dibentuk dengan tujuan utama untuk mendapatkan keuntungan atau laba yang sebesar-besarnya. Selain itu, berdirinya perusahaan juga untuk memakmurkan pemilik perusahaan atau para pemangku kepentingan (*stakeholder*). Dalam melaksanakan aktivitas bisnisnya, perusahaan memanfaatkan sumber daya alam dan sumber daya manusia. Namun, aktivitas ini ering kali dilakukan secara tidak bijaksana serta mengabaikan dampak sosial dan dampak lingkungan yang timbul dari aktivitas dan tindakan ekonomi perusahaan. Banyak perusahaan melakukan eksploitasi terhadap sumber daya alam dan sumber

daya manusia untuk meningkatkan keuntungan perusahaan Sutami, et al (2011). Hal tersebut dipertegas oleh Hadad dan Maftuchah (2015: 52) yang menyatakan bahwa salah satu contoh dampak kerusakan lingkungan yaitu pemanasan global yang disebabkan oleh banyaknya kegiatan industri yang tidak ramah lingkungan seperti pembuangan limbah tanpa diolah ke perairan, emisi yang dihasilkan melebihi ambang batas, penebangan hutan secara illegal (*illegal logging*) dan kegiatan lainnya yang dapat merusak lingkungan.

Kondisi dunia yang tidak menentu seperti terjadinya *global warming*, kemiskinan yang semakin meningkat, memburuknya kesehatan masyarakat serta tuntutan sosial kepada perusahaan, memicu perusahaan dalam mengungkapkan tanggungjawab sosial perusahaan pada seluruh *stakeholder* yang terdiri dari karyawan, investor, pemerintah, masyarakat, konsumen dan pemasok, serta kelangsungan generasi penerus. Selain itu muncul pula kesadaran untuk mengurangi dampak negatif ini dengan menggunakan pendekatan tanggungjawab sosial dan lingkungan atau dikenal dengan sebutan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Pentingnya *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga disadari oleh pemerintah, ini terbukti dengan diaturnya kewajiban mengenai pelaksanaan aktivitas CSR dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 Pasal 74 tentang Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan perseroan terbatas yang berbunyi: (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. (2) Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat 1 merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Adapun sanksi pidana pelanggaran CSR terdapat dalam Undang-Undang nomor 3 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: 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.

Menurut Weston dan Copeland (1994:10), nilai perusahaan merupakan persepsi para investor terhadap tingkat keberhasilan suatu perusahaan yang tercermin pada harga saham perusahaan tersebut. Dalam perkembangannya, perusahaan selalu berusaha untuk mempertahankan keunggulan bisnisnya dalam rangka meningkatkan nilai perusahaan.

Hal tersebut disebabkan karena nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham. Dengan jaminan kesejahteraan tersebut, para pemegang saham pun tidak akan ragu untuk menanamkan modalnya. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Nilai perusahaan di ukur dengan *price to book value* (PBV) yaitu rasio yang mengukur nilai perusahaan dengan membandingkan harga saham per lembar saham. Bagi pihak kreditur nilai perusahaan berkaitan dengan likuiditas perusahaan, yaitu perusahaan dinilai mampu atau tidaknya mengembalikan pinjaman yang diberikan oleh pihak kreditur.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) bisa mengirimkan sinyal positif bahwa perusahaan tersebut lebih baik dibandingkan perusahaan yang lain karena peduli terhadap dampak lingkungan, sosial dan ekonomi dari aktivitas perusahaannya. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) ditangkap sebagai sinyal positif atau informasi kabar baik oleh investor karena memberikan prospek/harapan yang baik dimasa depan. Hal ini membuat investor tertarik untuk melakukan investasi sehingga menyebabkan terjadinya aktivitas perdagangan saham. Kenaikan aktivitas perdagangan saham menyebabkan peningkatan harga saham dan volume perdagangan saham yang mengakibatkan adanya *abnormal return* dan *unexpected trading volume* bagi perusahaan (Astuti dan Nurgahanti, 2015).

Beberapa penelitian terkait dengan pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan juga pernah dilakukan diantaranya penelitian Zessicha Belliana Putri dan Budiyanto (2018) yang menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan, Rika (2019) menunjukkan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Tetapi berbeda dari penelitian Evelyn Stacia dan Juniarti (2015) yang menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, Ayu, Made, dkk (2016) Nilai perusahaan tidak dipengaruhi oleh *Corporate social responsibility*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan berguna bagi perusahaan sebagai masukan untuk meningkatkan nilai perusahaan yang berdampak pada volume perdagangan perusahaan.

## II. TINJAUAN LITERATUR

### *Corporate Social Responsibility*

Fahmi (2014: 81) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* merupakan komitmen suatu 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. *Corporate social Responsibility* (CSR) merupakan suatu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis suatu perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi, yang di sertai dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan dan keluarganya, peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih luas (Hadi, 2011: 47- 48).

Hery (2013:139) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* merupakan komitmen perusahaan dalam memberikan kontribusi jangka panjang terhadap suatu issue tertentu di masyarakat atau lingkungan untuk dapat menciptakan lingkungan yang lebih baik. Pencapaian tujuan jangka panjang perusahaan sejalan dengan pelaksanaan CSR. CSR dijadikan suatu bentuk pertanggungjawaban perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat. Penerapan CSR bukan lagi dianggap sebagai biaya, tetapi investasi perusahaan seiring semakin pentingnya CSR bagi perusahaan (Sutopoyudo, 2009).

Pada dasarnya program *Corporate Social Responsibility* berkaitan erat dengan konsep *Sustainability Development* (pembangunan berkelanjutan). Kegiatan *Corporate Social Responsibility* berdasarkan pada triple bottom line, yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan. Sinergi tiga elemen ini merupakan kunci konsep pembangunan berkelanjutan. Pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* berkelanjutan akan memberikan efek positif dan manfaat lebih besar baik kepada perusahaan itu sendiri maupun kepada para *stakeholder* dan akan menciptakan kehidupan masyarakat yang lebih sejahtera dan mandiri. Untuk memenuhi prinsip dasar CSR yaitu akuntabilitas dan transparansi, maka perusahaan maka perusahaan harus melakukan pengungkapan. Pengungkapan diartikan sebagai alat penyampaian berbagai informasi yang relevan kepada pihak-pihak yang membutuhkan informasi sebagai dasar pengambilan keputusan (Ahmad, 2020).

Berdasarkan definisi *Corporate Social Responsibility* (CSR) di atas, dapat kita simpulkan bahwa CSR adalah bentuk pertanggungjawaban sosial perusahaan atas dampak positif ataupun negatif yang dapat ditimbulkan dari suatu aktivitas operasional yang dapat mempengaruhi masyarakat internal maupun

eksternal perusahaan. Suatu perusahaan tidak hanya mementingkan keuntungan dalam menjalankan bisnisnya, akan tetapi juga berhubungan baik dengan stakeholder agar perusahaan dapat menjaga kelangsungan hidup bisnisnya. Hal ini dikarenakan perusahaan/perseroan terbatas bukan merupakan entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri akan tetapi juga mempunyai tanggungjawab sosial dan lingkungan dalam arti ini perusahaan harus memberikan manfaat bagi komunitas setempat dan lingkungan yang harus diinformasikan kepada para stakeholdernya (Rika, 2019).

**Pengungkapan Corporate Social Responsibility**

Pengungkapan CSR bisa mengirimkan sinyal positif bahwa perusahaan tersebut lebih baik dibandingkan perusahaan yang lain karena peduli terhadap dampak lingkungan, sosial dan ekonomi dari aktivitas perusahaannya. Pengungkapan CSR ditangkap sebagai sinyal positif atau informasi kabar baik oleh investor karena memberikan prospek/harapan yang baik dimasa depan. Hal ini membuat investor tertarik untuk melakukan investasi sehingga menyebabkan terjadinya aktivitas perdagangan saham. Kenaikan aktivitas perdagangan saham menyebabkan peningkatan harga saham dan volume perdagangan saham yang mengakibatkan adanya *abnormal return* dan *unexpected trading volume* bagi perusahaan (Astuti dan Nurgahanti, 2015).

Pendekatan untuk menghitung *Corporate Social Responsibility Indeks* (CSRI) pada dasarnya dapat menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap item CSR dalam instrument penelitian diberi nilai 0 jika tidak di ungkapkan dan nilai 1 jika diungkapkan (Sayekti dan Wondabio 2007). Selanjutnya, sektor dari sekian item akan dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$CSR_j = \frac{\sum x_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

- CSRI j = Corporate Social Responsibility Disclosure Indeks Perusahaan j
- X ij = Criteria variable 1 = jika item i diungkapkan dan 0= jika item i tidak diungkapkan.
- Nj b = Jumlah item untuk perusahaan j, nj = 78. Dengan demikian, 0 = CSRI j = 1

**Nilai Perusahaan**

Menurut Weston dan Copeland (1994:10), nilai perusahaan adalah persepsi para investor terhadap tingkat keberhasilan suatu perusahaan yang tercermin pada harga saham perusahaan tersebut. Semakin tinggi harga saham suatu perusahaan, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Begitupun dengan sebaliknya, apabila semakin rendah harga saham, maka nilai perusahaan juga akan semakin rendah. Suatu perusahaan dapat dikatakan mempunyai nilai yang tinggi jika kinerja perusahaan juga baik. Begitupun dengan sebaliknya, apabila kinerja suatu perusahaan kurang baik, maka dapat dikatakan bahwa perusahaan tersebut memiliki nilai yang rendah. Dengan demikian, manajer keuangan harus bisa menentukan tujuan perusahaan dan mengambil keputusan yang tepat guna meningkatkan nilai suatu perusahaan.

Nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan beberapa rasio penilaian. antara lain sebagai berikut:

1. **Rasio Tobin’s Q**, Rasio ini dapat mengukur keefektifan manajemen dalam memanfaatkan sumber daya yang ada. Rumus Tobin’s Q adalah sebagai berikut:

$$Q = \frac{EMV + BV (Debt)}{BV (Assets)}$$

Keterangan:

- Q = Nilai Perusahaan
- EMV = *Equity Market Value* (harga saham per lembar x jumlah saham yang beredar)
- BV (Debt) = *Total Book Value of Liabilities*
- BV (Assets)= *Total Book Value of Assets*

2. **Price Book Value (PBV)**, PBV yang lebih tinggi menunjukkan perusahaan memiliki harga saham yang lebih tinggi dibandingkan dengan nilai buku per saham. Semakin tinggi harga saham, semakin banyak perusahaan yang berhasil menciptakan nilai pemegang saham. Rumus PBV dapat dilihat sebagai berikut:

$$PVB = \frac{\text{Harga Pasar per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku per Lembar Saham}}$$

3. **Price Earning Ratio (PER)**, *Price Earning Ratio* (PER) yang tinggi menunjukkan ekspektasi investor mengenai prestasi perusahaan di masa yang akan datang cukup tinggi. Rasio ini bisa mencerminkan bagaimana apresiasi pasar terhadap kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Rumus PER adalah sebagai berikut:

$$\text{PER} = \frac{\text{Harga Pasar per Lembar Saham}}{\text{Laba per Lembar Saham}}$$

### III. METODE PENELITIAN

#### Lokasi dan Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan mengambil data di Bursa Efek Indonesia (BEI) melalui website [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) dan melalui website masing-masing perusahaan. Sumber data penelitian ini merupakan data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

#### Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dari penelitian ini yaitu Perusahaan Manufaktur Sektor Aneka Industri yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016 s.d. 2019. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan beberapa kriteria sehingga didapatkan 12 perusahaan manufaktur sektor aneka industry yang memenuhi kriteria tersebut.

#### Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu data kuantitatif yang diperoleh dari *website* BEI [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) Sedangkan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan tahunan perusahaan untuk periode 2016 s.d. 2019.

#### Metode Pengumpulan Data dan Metode Analisis Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode dokumentasi. Metode dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan dokumen-dokumen berupa laporan tahunan periode 2016 s.d. 2019, studi pustaka atau literatur berupa buku, jurnal, artikel, situs internet serta data-data terkait lainnya yang diperlukan dalam penelitian ini. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linear sederhana, dan uji hipotesis.

### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data yang diolah menggunakan program pengolah data (IBM SPSS 22) diperoleh hasil statistik deskriptif sebagai berikut:

**Descriptive Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
Nilai Perusahaan	1,1800	,87588	48
Corporate Social Responsibility	,0952	,05947	48

Sumber: Data diolah (IBM SPSS 22)

Berikut penjelasan deskriptif masing-masing variabel berdasarkan tabel di atas:

1. *Corporate Social Responsibility* (CSR), Nilai rata-rata (*mean*) *Corporate Social Responsibility* pada periode 2016-2019 sebesar ,0952 dan standar deviasi sebesar ,05947. Perusahaan dengan pegungkapan terendah adalah Asia Pacific Investama Tbk pada tahun 2016 dan Prima Alloy Steel Universal Tb pada tahun 2016-2019 dengan nilai sebesar 0,01099. Sedangkan nilai perusahaan tertinggi adalah Astra International Tbk pada tahun 2016-2019 dengan nilai 0,23077.

2. Nilai Perusahaan, Nilai rata-rata (*mean*) nilai perusahaan pada periode 2016-2019 sebesar 1,1800 dan standar deviasi sebesar ,87588. Perusahaan dengan nilai perusahaan terendah adalah Indospring Tbk pada tahun 2016 dengan nilai sebesar 0,38. Sedangkan nilai perusahaan tertinggi adalah Astra International Tbk pada tahun 2018 dengan nilai sebesar 4,27.

**Uji Asumsi Klasik**

**Uji Normalitas**

Dalam uji normalitas setelah data diolah menggunakan SPSS 22 diperoleh data menunjukkan bahwa terlihat titik plot yang dihasilkan menyebar di sekitar garis diagonal dan menyebar mengikuti arah garis diagonalnya, maka model regresi layak dipakai untuk diprediksi dan telah memenuhi asumsi normalitas.

**Uji Heteroskedastisitas**

Dalam uji heteroskedastisitas pada grafik *scatterplot* terlihat tidak terjadi heterokedastistas. Hal ini dapat dilihat berdasarkan grafik dimana titik-titik yang berada dalam grafik tidak membentuk pola tertentu yang jelas dan tersebar di bagian atas serta bagian bawah angka nol pada sumbu Y.

**Uji Autokorelasi**

Jika terjadi korelasi maka dinamakan terdapat masalah autokorelasi. Model regresi yang baik adalah yang bebas autokorelasi. Deteksi adanya autokorelasi dapat dilihat dari nilai Durbin-Watson (D-W) seperti pada tabel berikut:

Durbi-Watson

Model	Durbin-Watson
1	0,924

Sumber : Data diolah (IBM SPSS 22)

Berdasarkan hasil analisis yang ditunjukkan tabel di atas, diperoleh nilai Durbin-Watson sebesar 0,924, dimana angka tersebut masih berada diantara nilai -2 sampai +2 sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

**Analisis Regresi Linear Sederhana**

Analisis Regresi linear sederhana merupakan suatu analisis yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan, berikut adalah hasil analisis regresi linear sederhana:

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	StdError	Beta		
(Constant)	,713	,229		3,109	,003
1 <i>Corporate Social Responsibility</i>	4,907	2,047	,333	2,397	,021

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil output SPSS 22 pada tabel diatas maka diketahui nilai constant (a) sebesar 0,713 dan nilai CSR (b/ Koefisien regresi) sebesar 4,907, sehingga persamaan sebagai berikut:

$$Y = 0,713 + 4,907X$$

Hasil dari analisis tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kostanta sebesar 0,713 menyatakan bahwa jika tidak ada nilai CSR(X) maka nilai nilai perusahaan sebesar 0,713.
2. Koefisien regresi CSR sebesar 4,907 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 nilai CSR (X), maka nilai nilai perusahaan bertambah sebesar 4,907.

**Pengujian Hipotesis**

**Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,333 <sup>a</sup>	,111	,092	,83475

- a. Predictors: (Constant), *Corporate Social Responsibility*
- b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data diolah (IBM SPSS 22)

Berdasarkan hasil dari tabel diatas, tampak bahwa dari hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,111. Hal ini menunjukkan bahwa besar pengaruh variabel independen yaitu CSR terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan yang dapat diterangkan oleh model persamaan ini sebesar 11,1%, sedangkan sisanya sebesar 88,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar penelitian.

**Uji t-statistik**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	StdError	Beta		
(Constant)	,713	,229		3,109	,003
1 <i>Corporate Social Responsibility</i>	4,907	2,047	,333	2,397	,021

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Berdasarkan tabel 4.8 diperoleh thitung diterima di terima 2,397. ttabel dicari pada signifikansi 0,025 dengan *degree of freedom* = (Df = n-k) atau Df = 48-2 = 46. Hasil diperoleh untuk ttabel sebesar 2,01290. Karena thitung (2,397) > ttabel (2,01290) sehingga dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan tabel 4.8 diatas diperoleh tingkat signifikansi sebesar 0,021. Karena tingkat signifikansi <0,05 (0,021<0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian H1 diterima.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa hubungan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor aneka industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2016-2019 berdasarkan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah sebanyak 11,1%, sedangkan sisanya sebesar 88,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar penelitian.

*Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan pada Nilai Perusahaan. Apabila pengungkapan *Corporate social Responsibility* (CSR) lebih besar maka akan lebih besar pula nilai perusahaan, begitupun sebaliknya jika pengungkapan *Corporate social Responsibility* (CSR) rendah maka akan rendah pula nilai perusahaan.

Salah satu tujuan utama perusahaan yaitu untuk meningkatkan nilai perusahaan. Nilai pada suatu perusahaan akan berkembang secara *sustainable* (berkelanjutan) jika perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan hidup.

Dimensi – dimensi tersebut terdapat dalam penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diungkapkan oleh suatu perusahaan sebagai bentuk dari tanggung jawab serta kepedulian terhadap lingkungan yang ada di sekitar perusahaan. Hal ini sesuai dengan teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan perusahaan itu sendiri namun harus memberikan manfaat kepada *stakeholder*-nya. Tingginya nilai perusahaan menyebabkan keberadaan perusahaan akan lebih disorot oleh *stakeholder*, apabila perusahaan dapat memaksimalkan manfaat yang diterima *stakeholder* maka akan timbul kepuasan bagi *stakeholder* yang akan meningkatkan nilai perusahaan.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam laporan tahunan (*annual report*) akan menjadi sebagai salah satu pertimbangan yang diperhatikan investor maupun calon investor untuk memilih tempat investasi karena menganggap bahwa perusahaan tersebut memberikan citra kepada masyarakat bahwa perusahaan tidak lagi hanya mengejar *profit* semata tetapi sudah memperhatikan lingkungan dan masyarakat.

Dengan mengadakan praktik pertanggungjawaban sosial perusahaan maka akan dapat meningkatkan citra perusahaan baik itu dimata masyarakat maupun pemegang saham, selain itu juga penerapan tanggung jawab sosial perusahaan dapat menjaga keharmonisan hubungan antara perusahaan dengan *stakeholder* dimana hubungan baik ini dapat membantu kelancaran bisnis perusahaan.

Ada banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) antara lain produk semakin disukai oleh konsumen dan perusahaan diminati oleh investor. Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan meningkatkan nilai perusahaan yang dapat dilihat

dari harga saham dan laba perusahaan, sebagai akibat dari para investor yang menanamkan saham diperusahan. Sekarang ini banyak perusahaan yang berlomba-lomba mengungkapkan CSR dalam laporan tahunan perusahaan, demi untuk menarik minat investor dan mempertahankan investor yang lama.

Hasil penelitian ini serupa dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Zessicha Belliana Putri dan Budiyanto (2018), Rika Mey (2019), Desita Riyanta (2020). Dalam penelitiannya diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

## V. KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini hanya mengambil sampel pada perusahaan manufaktur sektor aneka industri. Bagi peneliti selanjutnya hendaknya menambah jumlah sampel penelitian atau merubah variabel penelitian dan melibatkan sektor industri yang lain, guna mencerminkan reaksi dari pasar modal secara keseluruhan dan mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Penelitian ini juga terbatas pada satu variabel dependen saja yaitu nilai perusahaan, diharapkan untuk peneliti selanjutnya menambah variabel dependen lainnya.

## VI. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan pada bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (tanggung jawab sosial perusahaan) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor aneka industri yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI).

## DAFTAR PUSTAKA

- Fahmi, Irham. 2014. *Etika Bisnis: Teori, Kasus, dan Solusi*. Cetakan Kedua. Alfabeta. Bandung.
- Ginting, Rika Mey Hayani. 2019. *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dan Volume Perdagangan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2010-2011)*. Jurnal Ilmiah Dunia Ilmu Vol. 5 No. 1, 6.
- Hadad, Muliawan D dan Maftuchah, Istiana, 2015. *Industri Jasa Keuangan Dalam Pembiayaan Berkelanjutan*. Jakarta: PT. Alex Media Komputindo.
- Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Edisi Pertama. Cetaka Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta. Hadjoh.
- Heri. 2013. *Akuntansi Dan Rahasia Dibaliknya Untuk Para Manajer Non Akuntansi*. PT Bumi Aksara. Jakarta.
- Karina, Desita Riyanti M, dan Setiadi, Iwan. 2020. Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan GCG Sebagai Pemoderasi. *JRAMB, Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi UMB Yogyakarta*. Vol. 6 No.1.
- Murad, Ahmad. 2020. *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dan Volume Perdagangan*. *Journal Ilmiah Rinjani (JIR)*,155.
- Nugrahanti, Widi, Yeterina, dan Astuti, Christina, Widhi. 2015. *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Reaksi Pasar*. *Jurnal Dinamika Akuntansi, Keuangan dan Perbankan*. Volume IV; 90105.
- Putri, Ayu Kemala. Made Sudarma. Dan Bambang Purnomosidhi. 2016. *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan dan Jumlah Dewan Komisaris sebagai Variabel Pemoderasi (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar Bursa Efek Indonesia)*. *Jurnal Aplikasi Manajemen*. Volume 14 No. 2, 2016.
- Putri, Zessicha Belliana dan Budiyanto. 2018. *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kepemilikan Manajerial Sebagai Variabel Moderating*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen: Volume 7, Nomor 3, Maret 2018*.
- Sayekti, Yosefa dan Ludovicus Sensi Wondabio.2007. *Pengaruh CSR Disclosure terhadap Earning Response Coefficient (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta)*. Makalah yang disampaikan pada Simposium Nasional Akuntansi X, Makassar, 26-28 Juli 2007.
- Sutami, E., ZR, R. A., dan Zakaria, A. 2011. *The Effect of Voluntary Disclosure of Enviromental Performance and Level of Externalities to Corporate Economic Performance (A Case Study in Company Listed in Indonesia Stock Exchange)*. The 3rd International Conference on Humanities and Social Sciences.

- Sutopoyudo. 2009. *Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas Perusahaan*. <https://sutopoyudo.wordpress.com/2009/09/21/pengaruh-penerapan-corporate-social-responsibility-csr-terhadap-profitabilitas-perusahaan/>. Diakses tanggal 10 Agustus 2020.
- Undang-Undang nomor 3 tahun 1997 tentang *Pengelolaan Lingkungan Hidup (UUPLH)* Pasal 41 ayat (1).  
Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 Pasal 74 tentang *Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan perseroan terbatas*.
- Weston, J. Fred dan Thomas E. Copeland. 1994. *Manajemen Keuangan*. Edisi 8, Jilid 1. Alih Bahasa, Jaka Wasana, Kirbrandoko (Suryadi S, Ed). Jakarta: Erlangga.  
www.idx.co.id