KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jalan MT Haryono 165, Malang 65145, Indonesia Telp. (0341) 551396, 555000, Fax. (0341) 553834
E-mail : feb@ub.ac.id http://www.feb.ub.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

PENULISAN ARTIKEL JURNAL

Artikel Jurnal dengan Judul :

PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA INDEKS SRI KEHATI YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2016-2018

Yang disusun oleh :

Nama	:	Eka Salma Fatmala
NIM	:	165020300111022
Jurusan	:	S 1 Akuntansi
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis

Bahwa artikel jurnal tersebut dibuat sebagai ***persyaratan ujian skripsi*** yang dipertahankan didepan Dewan Penguji pada tanggal 15 Juni 2020

Malang, 08 Juni 2020
Dosen Pembimbing,

Tuban Drijah Herawati, MM., Ak., CSRS., CSRA., CA.
NIP. 196810071992032001

PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
(Studi Empiris pada Perusahaan Berkategori *Sustainable* dan *Responsible* yang Terdaftar di BEI Periode 2016-2018)

Disusun Oleh :
Eka Salma Fatmala
165020300111022

Dosen Pembimbing :
Tuban Drijah Herawati, MM., Ak., CA., CSRS., CSRA

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk menguji dan menganalisis pengaruh dimensi ekonomi, lingkungan dan sosial dalam CSR terhadap nilai perusahaan. Nilai perusahaan berkategori *sustainable* dan *responsible* dihitung menggunakan Tobins'Q. Besarnya pengungkapan pengaruh CSR diukur dari jumlah skor pengungkapan CSR setiap dimensi berdasarkan pedoman standar GRI. Peneliti menggunakan sumber data sekunder berupa laporan tahunan dan laporan berkelanjutan dengan teknik pengumpulan data yaitu dokumentasi. Sampel penelitian terdiri dari 63 perusahaan berkategori *sustainable* dan *responsible* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2018. Penelitian ini dianalisis dengan model regresi linier berganda yaitu hubungan secara linier antara dua atau lebih antar variabel. Hasil dari analisis penelitian ini menunjukkan bahwa (1) dimensi ekonomi dalam CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, menunjukkan perusahaan yang berkategori *sustainable* dan *responsible* dapat meningkatkan pendapatan dan harga saham; (2) dimensi lingkungan dalam CSR berpengaruh positif ter hadap nilai perusahaan, sehingga perusahaan dapat memberikan manfaat jangka panjang seperti bertambahnya investasi perusahaan; dan (3) dimensi sosial dalam CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sehingga hasil tersebut semakin meningkatkan laba atau untung perusahaan dan mampu memperkuat pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci : Dimensi Ekonomi, Lingkungan, dan Sosial, Nilai Perusahaan

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the CSR economic, environmental, and social dimension effect on corporate value. The value of the sustainable and responsible companies is measured by Tobin's Q ratio. The CSR disclosure effect is measured by the CSR disclosure scores for each dimension based on GRI standard guidelines. The researcher utilizes secondary data sources of annual and ongoing reports, where the data are collected through documentation. The research samples consist of 63 sustainable and responsible companies listed on Indonesia Stock Exchange (BEI) between 2016 and 2018. This study analysis applies multiple linear regression model to test the linear relationship between two or more variables. The result indicates that (1) the economic dimension in CSR has a positive effect on the corporate value, implying that the sustainable and responsible companies can increase their revenues and stock prices; (2) the environmental dimension in CSR has a positive effect on the corporate value, meaning that the company can provide long-term benefits such as increased company investment; and (3) the social dimension in CSR has a positive effect on company value, so that it increases company profit and boosts the effect of CSR disclosure on the corporate value.

Keywords: *Economic, Environmental, and Social Dimensions, Corporate Value.*

PENDAHULUAN

Perusahaan dalam perkembangannya selalu berusaha untuk mempertahankan keunggulan bisnisnya dan meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan dapat diukur melalui beberapa aspek, salah satunya harga pasar saham perusahaan. Harga pasar saham perusahaan mencerminkan penilaian investor atas keseluruhan ekuitas yang dimiliki *(Wahyudi dan Pawestri, 2006 dalam Permanasari, 2010)*. Jika nilai perusahaan dapat diproksikan dengan harga saham, maka memaksimumkan nilai perusahaan sama dengan memaksimumkan harga pasar saham.

Tujuan utama perusahaan berdiri adalah meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham. Jika harga saham meningkat, maka nilai perusahaan meningkat dan kesejahteraan pemilik meningkat. Peningkatan nilai perusahaan juga dipengaruhi oleh *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang merupakan tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap para *stakeholder*nya. Gunawan dan Utami (2008) menyimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, maksudnya adalah semakin banyak perusahaan mengungkapkan item pengungkapan sosialnya dan semakin bagus kualitas pengungkapan maka akan semakin tinggi nilai perusahaannya.

Pengungkapan CSR pada dasarnya dilandasi adanya teori *stakeholder* dan teori legitimasi. Teori *stakeholder* merupakan perusahaan yang bukan entitasnya hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, tetapi harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*-nya. Teori legitimasi merupakan perusahaan yang memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatan berdasarkan nilai-nilai *justice*. *Corporate Social Responsibility* (CSR) saat ini tidak hanya memiliki sifat sukarela atau komitmen yang dilakukan untuk mempertanggungjawabkan kegiatan-kegiatan pada perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan. Program

Corporate Social Responsibility (CSR) dibuat sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan yang terkait dengan dampak sosial dan lingkungan.

Pemikiran yang melandasi adanya *Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu perusahaan tidak hanya memiliki tanggung jawab kepada para pemegang saham (*shareholder*), tetapi juga kepada pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholder*). Pihak-pihak yang berkepentingan dalam sebuah perusahaan adalah pelanggan, pegawai, komunitas, pemerintah, konsumen, masyarakat, investor, *supplier* dan *competitor* (Nurlela dan Islahuddin, 2008).

Pada penelitian ini bertujuan untuk menguji kembali apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) mempengaruhi Nilai Perusahaan. Peneliti tidak menggunakan variabel profitabilitas karena berdasarkan penelitian Kusumadilaga menunjukkan profitabilitas sebagai variabel moderating yang tidak dapat mempengaruhi hubungan pengungkapan CSR dan nilai perusahaannya. Hasil tersebut disebabkan oleh beberapa perusahaan manufaktur yang tergolong perusahaan ekonomis, memiliki profitabiitas tinggi namun anggaran CSR yang dihasilkan rendah.

Dalam penelitian ini mengambil sampel perusahaan berkategori *Sustainable* and *Responsible* yang terdaftar di BEI, karena pada dasarnya perusahaan erat hubungannya dengan lingkungan, tata kelola perusahaan, keterlibatan masyarakat, sumber daya manusia, hak asasi manusia dan perilaku bisnis atau perusahan yang memiliki hubungan baik dengan *stakeholder*, sehingga tidak jarang perusahaan melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret sampai Juni 2020. Penelitian dilakukan pada perusahaan yang berkategori *sustainable* dan *responsible* tahun 2016-2018. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Corporate Social Responsibility* (Dimensi Ekonomi, Dimensi Lingkungan dan Dimensi Sosial) terhadap nilai perusahaan.

Jenis dari penelitian ini adalah penelitian asosiatif kausal. Menurut Umar (2011) penelitian asosiatif kausal adalah "penelitian yang bertujuan untuk menganalisis hubungan antara satu variabel dengan variabel lainya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lain" sehingga penelitian ini meneliti hubungan yang bersifat sebab akibat. Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian kuantitatif karena mengacu pada perhitungan berupa angka dan melihat hubungan variabel terhadap obyek yang diteliti lebih bersifat sebab akibat (kausal), sehingga dalam penelitiannya ada variabel independen dan dependen.

Setiap penelitian ilmiah tentu berhadapan dengan masalah sumber data yang disebut populasi dan sampel.

Sumber data yang tidak tepat, mengakibatkan data yang terkumpul menjadi tidak relevan dapat menimbulkan kekeliruan dalam menarik kesimpulan. Penelitian mempergunakan populasi dan sampel yang keliru tidak banyak artinya bagi pemecahan masalah yang dihadapi, bahkan akan menimbulkan masalah-masalah baru dipergunakan melakukan tindakan praktis. Maka dari itu populasi dan sampel berperan penting sebagai generalisasi subjek penelitian.

Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiono, 2014:115). Obyek dan subyek tersebut kemudian akan dilakukan penelitian sehingga dapat diambil kesimpulan. Dalam penelitian ini menggunakan populasi pada 75 perusahaan yang berkategori *sustainable* dan *responsible* terdaftar di BEI 2016-2018.

Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative (mewakili). Namun sebaliknya jika populasi terlalu sedikit maka populasi harus digunakan semua (Sugiyono, 2014:91). Indikator pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan yang menerapkan GRI (Global Reporting Initiatif) pada tahun 2016-2018. Adapun kriteria-kriteria yang digunakan dalam penentuan sampel penelitian sebagai berikut :

a) Perusahaan yang berkategori *sustainable* dan *responsibility* terdaftar di BEI selama tahun 2016-2018
b) Informasi CSR diungkapkan pada laporan tahunan dan laporan berkelanjutan perusahaan yang bersangkutan dalam periode 2016-2018
c) Tidak semua perusahaan melaporkan laporan berkelanjutan selama tahun 2016-2018
d) Laporan tahunan perusahaan memiliki data yang berkaitan dengan variabel penelitian

Jumlah perusahaan berkategori *sustainable* dan *responsible* yang terdaftar di BEI adalah 75 perusahaan. Sampel dalam penelitian ini yang melaporkan CSR serta terindeks GRI Standar yaitu 63 perusahaan berkategori *sustainable* dan *responsible* yang terdaftar di BEI 2016-2018.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Berdasarkan hasil deskriptif tersebut maka dapat diketahui untuk variabel independen dimensi ekonomi periode 2016-2018 memiliki nilai minimum sebesar 0,33 dan nilai maksimum sebesar 1,00. Hal ini berarti menunjukkan bahwa pengungkapan dimensi ekonomi pada *Sustainability Report* mulai dari yang sangat rendah sampai dengan tinggi. Nilai rata-rata sebesar 0,7159 dan standart deviasi sebesar 0,200, berarti rata-rata pengungkapan kegiatan dimensi ekonomi sebesar 71,59% yang menunjukkan tingkat pengungkapan dimensi ekonomi sudah baik karena diatas 70%.

Variabel independen yang kedua yaitu dimensi lingkungan periode 2016-2018 memiliki nilai minimum sebesar 0,00 dan nilai maksimum sebesar 0,87. Hal ini berarti menunjukkan bahwa pengungkapan dimensi lingkungan pada *Sustainability Report* mulai dari yang sangat rendah sampai dengan tinggi. Nilai rata-rata sebesar 0,3498 dan standart deviasi sebesar 0,23663, berarti bahwa rata-rata pengungkapan kegiatan dimensi lingkungan hanya sebesar 35% yang menunjukkan tingkat pengungkapan dimensi lingkungan masih kurang meskipun dalam pelaporannya sudah baik hanya belum maksimal karena belum mencapai 50%.

Variabel independen yang ketiga yaitu dimensi sosial periode 2016-2018 memiliki nilai minimum sebesar 0,13 dan nilai maksimum sebesar 1,00. Hal ini berarti menunjukkan bahwa pengungkapan dimensi sosial pada *Sustainability Report* mulai dari yang sangat rendah sampai dengan tinggi. Nilai rata-rata sebesar 0,5470 dan standart deviasi sebesar 0,21660 berarti bahwa rata-rata pengungkapan kegiatan dimensi sosial sebesar 55% yang menunjukkan tingkat pengungkapan dimensi sosial sudah baik karena mencapai lebih dari 50%.

Deskripsi variabel dependen nilai perusahaan periode 2016-2018 memiliki nilai minimum sebesar 0,00 dan nilai maksimum sebesar 6,66. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat minimum keberhasilan perusahaan adalah 0% dari harga saham dan nilai maksimum keberhasilan perusahaan adalah 666% dari harga saham. Nilai rata-rata TobinsQ sebagai pengukuran nilai perusahaan menunjukkan nilai mean sebesar 1,1860 dengan standar deviasi sebesar 1.29588. Hal ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan diprediksi bisa memiliki tingkat keberhasilan sebesar 118% dari harga saham.

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1_Dimensi Ekonomi	63	.33	1.00	.7159	.20065
X2_Dimensi Lingkungan	63	.00	.87	.3498	.23663
X3_Dimensi Sosial	63	.13	1.00	.5470	.21660
Y_TobinsQ	63	.00	6.66	1.1860	1.29588

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		63
Normal Parameters[a]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.28646009
Most Extreme Differences	Absolute	.244
	Positive	.244
	Negative	-.172
Kolmogorov-Smirnov Z		1.939
Asymp. Sig. (2-tailed)		.451

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		63
Normal Parameters[a]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.28646009
Most Extreme Differences	Absolute	.244
	Positive	.244
	Negative	-.172
Kolmogorov-Smirnov Z		1.939
Asymp. Sig. (2-tailed)		.451
a. Test distribution is Normal.		

Hasil uji normalitas K-S menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk *Unstandardized Residual* sebesar 0,451. Karena nilai signifikansi 0,451 lebih besar dari nilai signifikansi yang diharapkan yaitu 0,05 (0,451>0,05), maka dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi secara normal dan tidak menyalahi asumsi klasik normalitas, sehingga data dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

b. Uji Multikolinieritas

Tabel menunjukkan bahwa semua variabel independen mempunyai nilai *Tolerance* ≥ 0,10 dan *Variance Inflation Factor* (VIF) ≤ 10.

1) Dimensi Ekonomi memiliki nilai Tolerance 0,560 ≥ 0,10 dan VIF 1,785 ≤ 10.
2) Dimensi Lingkungan memiliki nilai Tolerance 0,555 ≥ 0,10 dan VIF 1,802 1 ≤ 10
3) Dimensi Sosial memiliki nilai Tolerance 0,977 ≥ 0,10 dan VIF 1,023 ≤ 10

Jadi, dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi multikolonieritas antar variabel dalam model regresi, sehingga data dapat digunakan untuk uji selanjutnya, yaitu uji regresi.

Variabel	Perhitungan		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Dimensi Ekonomi	.560	1.785	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Dimensi Lingkungan	.555	1.802	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Dimensi Sosial	.977	1.023	Tidak Terjadi Multikolinieritas

c. Uji Heteroskedastisitas

Tabel menunjukkan bahwa tidak ada satupun variabel independen yang signifikan secara statistik memengaruhi variabel dependen nilai Absolut Ut. Hal ini terlihat dari nilai signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5% atau 0,05. Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Variabel	Sig	Keterangan
Dimensi Ekonomi	0,125	Tidak Terjadi heteroskedastisitas
Dimensi Lingkungan	0,567	Tidak Terjadi heteroskedastisitas
Dimensi Sosial	0,061	Tidak Terjadi heteroskedastisitas

d. Uji Autokorelasi

Sesuai dengan tabel tersebut, menunjukkan bahwa D-W hitung ada di kriteria Jika dU < D-W < 4 – dU, kesimpulannya pada data tidak terdapat autokolerasi. Keseluruhan nilai DW Hitung setiap variabel secara parsial maupun simultan menunjukkan ada di antara nilai dU dan kurang dari 4 maka dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi autokorelasi antar variabel dalam model regresi.

Variabel	D-W Hitung	Keterangan
X1 – Y	1,829	Tidak Ada Autokorelasi
X2 – Y	1,850	Tidak Ada Autokorelasi
X3 – Y	1,854	Tidak Ada Autokorelasi

Hasil Uji Hipotesis

Ringkasan Hasil Regresi Linier Berganda Pengaruh CSR yang meliputi Dimensi Ekonomi, Dimensi Lingkungan dan Dimensi Sosial dalam CSR terhadap Nilai Perusahaan

Nama Variabel	Koefisien	Nilai t	Sig
Kontanta	0,773	3,975	0,333
Ekonomi (X_1)	0,032	4,038	0,017
Lingkungan (X_2)	0,083	4,087	0,031
Sosial (X_3)	0,660	4,639	0,026

Berdasarkan perhitungan yang diperoleh nilai koefisien X_1 sebesar 0,032, nilai koefisien X_2 sebesar 0,082, dan nilai koefisien X_3 sebesar 0,660. Berdasarkan angka tersebut dapat disusun persamaan garis regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = 0{,}773 + 0{,}032\ X_1 + 0{,}083\ X_2 + 0{,}660\ X_3$$

Berdasarkan persamaan regresi berganda di atas, maka dapat diketahui :

1) Nilai konstanta 0,773 dapat diartikan jika seluruh variabel independen Dimensi Ekonomi, Lingkungan dan Sosial dalam CSR dianggap konstan, maka nilai variabel dependen (Nilai Perusahaan) adalah sebesar 0,773 poin.
2) Pengaruh Dimensi Ekonomi terhadap Nilai Perusahaan

   Tabel di atas menunjukkan bahwa Dimensi Ekonomi dalam CSR berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi lebih kecil dari *level of significant* yakni (0,017 < 0,050). Besarnya harga koefisien prediktor sebesar 0,032 diartikan jika terjadi kenaikan 1 poin pada variabel dimensi ekonomi dalam CSR, maka variabel dependen (nilai perusahaan) akan meningkat sebesar 0,032 poin. Uji t untuk variabel Dimensi Ekonomi dalam CSR pada tabel diperoleh t hitung sebesar 4,038.

   Berdasarkan uji hipotesis tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel Dimensi Ekonomi dalam CSR berpengaruh positif secara signifikan terhadap variabel Nilai Perusahaan. Hal tersebut dikarenakan koefisien Dimensi Ekonomi dalam CSR bernilai positif dan taraf signifikansi 0,017 < 0,050. Dengan demikian, hipotesis 1 yang menyatakan "Dimensi Ekonomi dalam *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan periode 2016-2018" diterima.

3) Pengaruh Dimensi Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan

   Tabel di atas menunjukkan bahwa Dimensi Lingkungan dalam CSR berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi lebih kecil dari *level of significant* yakni (0,031 < 0,050). Besarnya harga koefisien prediktor X_2 sebesar 0,083 diartikan jika terjadi kenaikan 1 poin pada variabel dimensi ekonomi dalam CSR, maka variabel dependen (nilai perusahaan) akan meningkat sebesar 0,083 poin. Uji t untuk variabel Dimensi Lingkungan dalam CSR pada tabel diperoleh t hitung sebesar 4,087.

   Berdasarkan uji hipotesis tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel Dimensi Lingkungan dalam CSR berpengaruh positif secara signifikan terhadap variabel Nilai Perusahaan. Hal tersebut dikarenakan koefisien Dimensi lingkungan dalam CSR bernilai positif dan taraf signifikansi 0,031 < 0,050. Dengan demikian, hipotesis 2 yang menyatakan "Dimensi Lingkungan dalam *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan periode 2016-2018" diterima.

4) Pengaruh Dimensi Sosial terhadap Nilai Perusahaan

   Tabel di atas menunjukkan bahwa Dimensi Sosial dalam CSR berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi lebih kecil dari *level of significant* yakni (0,026 < 0,050). Besarnya harga koefisien predictor sebesar 0,660 diartikan jika terjadi kenaikan 1 poin pada variabel dimensi ekonomi dalam CSR, maka variabel dependen (nilai perusahaan) akan meningkat sebesar 0,660

poin. Uji t untuk variabel Dimensi Sosial dalam CSR pada tabel diperoleh t hitung sebesar 4,639.

Berdasarkan uji hipotesis tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel Dimensi Sosial dalam CSR berpengaruh positif secara signifikan terhadap variabel Nilai Perusahaan. Hal tersebut dikarenakan koefisien Dimensi lingkungan dalam CSR bernilai positif dan taraf signifikansi 0,026 < 0,050. Dengan demikian, hipotesis 3 yang menyatakan "Dimensi Lingkungan dalam *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan periode 2016-2018" diterima.

Uji F Simultan

ANOVA[b]						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.508	3	.503	7.289	.033[a]
	Residual	102.609	59	1.739		
	Total	104.117	62			
a. Predictors: (Constant), Ekonomi, Sosial, dan Lingkungan						
b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan						

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai F hitung sebesar 7,289 dengan nilai Sig sebesar 0,006. Hal ini menunjukkan bahwa nilai F hitung lebih besar dari F tabel 2,18 dan nilai Sig lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian H_0 ditolak dan Ha diterima. Artinya Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang terdiri dari dimensi ekonomi, lingkungan, dan sosial secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan periode 2016-2018.

Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	620	.384	.336	1.31876

Berdasarkan tabel di atas diperoleh angka R^2 (R Square) sebesar 0,384 atau (38,4%). Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang terdiri dari dimensi ekonomi, lingkungan, dan sosial terhadap nilai perusahaan periode 2016-2018 sebesar 38%.

Dengan kata lain variabel nilai perusahaan dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) terdiri dari dimensi ekonomi, lingkungan, dan sosial sebesar 38%, sedangkan sisanya sebesar 62% dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis pertama yang menyatakan bahwa Dimensi Ekonomi dalam CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05. Nilai koefisien regresi memiliki arah positif membuktikan bahwa Dimensi Ekonomi dalam CSR berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis kedua yang menyatakan bahwa Dimensi lingkungan dalam CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05. Nilai koefisien regresi memiliki arah positif membuktikan bahwa Dimensi lingkungan dalam CSR berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa Dimensi sosial dalam CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05. Nilai koefisien regresi memiliki arah positif membuktikan bahwa Dimensi sosial dalam CSR berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

KESIMPULAN

Hasil analisis menunjukkan bahwa dimensi ekonomi dalam CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Jadi semakin tinggi dimensi ekonomi dalam CSR yang dimiliki oleh perusahaan, maka akan semakin tinggi nilai perusahaan berkategori *sustainable* dan *responsible*. Pengungkapan utama dimensi ekonomi adalah mengungkapkan pembayaran kepada pemodal membuat investor memberikan respon positif melalui peningkatan harga saham yang pada akhirnya akan berpengaruh pada nilai perusahaan.

Dimensi lingkungan dalam CSR terhadap nilai perusahaan memiliki pengaruh yang positif

dan signifikan. Hasil yang dilakukan oleh peneliti telah membuktikan bahwa lingkungan sangat berpengaruh pada tingkat pengelolaan perusahaan utamanya masalah nilai perusahaan yang dilihat dari asset dan hutang yang dimiliki. Perusahaan memiliki tanggung jawab kepada para stakeholder untuk memperhatikan kinerja lingkungan perusahaan yang nantinya akan berdampak pada naiknya harga saham perusahan yang berarti naiknya nilai perusahaan tersebut.

Dimensi sosial dalam CSR terhadap nilai perusahaan juga memiliki pengaruh positif yang signifikan. Semakin baik kinerja sosial yang dilakukan perusahaan di dalam memperbaiki lingkungan sosial maka nilai perusahaan semakin meningkat akibat dari kepercayaan para investor yang menanamkan sahamnya pada perusahaan dan loyalitas konsumen terhadap produk perusahaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa besar kecilnya CSR mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan berkategori *sustainable* dan *responsible*. Hal ini sesuai dengan teori *stakeholder* bahwa perusahaan bergategori *sustainable* dan *responsible* berusaha untuk memenuhi permintaan *stakeholder* sebagai suatu bentuk investasi sosial yang akan memberikan kontribusi peningkatan nilai perusahaan dan mencapai tujuan strategis perusahaan jangka panjang. Hal ini menjelaskan bahwa yang mendasari perusahaan untuk memperhatikan keberadaan setiap kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi dan dipengaruhi oleh keputusan perusahaan adalah untuk mendapatkan nilai positif dan meningkatkan nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Anggraini, Fr. R. R. 2006. Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan. *Simposium Nasional Akuntansi IX*. Padang. 23-26 Agustus.

Brigham, Eugene F and Joel F.Houston, (2006). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*, alih bahasa Ali Akbar Yulianto, Buku satu, Edisi sepuluh, PT. Salemba Empat, Jakarta.

Bhuono Agung Nugroho. (2005). *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS.* Yogyakarta: Penerbit Andi.

Bursa Efek Indonesia. 2019. Laporan tahunan 2016-2018, (Online), (http://www.idx.co.id/idid/beranda/perusahaantercatat/laporankeuangandantahunan.aspx, 2020)

Dewi, K. dan Monalisa. 2016. Effect of Corporate Social Responsibility Disclosure on Financial Performance with Audit Quality as a Moderating Variable. *Binus Business Review.* 7(2): 149-155.

Devina Florence. (2004). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial Dalam Laporan Tahunan Perusahaan Go Publik Di Indonesia. *Tesis*. Universitas Diponegoro.

Evelyn Stacia dan Juniarti, 2015. *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Nilai Perusahaan di Sektor Pertambangan.* Surabaya: Skrisi pada Program Akuntansi Bisnis Universitas Kristen Petra

Fajar, Mukti. 2010. *Tanggung Jawab sosial Perusaaan di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Pelajar

Global Reporting Initiative G4. 2019. Website Global Reporting Initiative, (Online), (http://www.globalreporting.org., diakses tanggal 30 Januari 2019)

Gunawan dan Utami, 2008. *Pengaruh CSR dalam Nilai Perusahaan.* Yogyakarta: Skrisi pada Program Akuntansi Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Indra Januarti dan Dini Apriyanti, 2005. *Pengaruh Tanggung Jawab Sosial terhadap Kineja Keuangan*. Semarang: Skrisi pada Program Ekonomi Universitas Diponegoro.

Kehati. 2016. Indeks SRI KEHATI. http://www.kehati.or.id/indeks-srikehati/. [Diakses pada 10 Juni 2017].

Kusumadilaga, Rimba. 2010. *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating.* Semarang: Skripsi pada Program Sarjana Reguler II Fakultas Ekonomi Universitas

Diponegoro

Mardikanto, totok. 2014. *CSR Corporate Social Responsibility. Bandung: Alfabeta*

Nurlela dan Islahuddin. 2008. *Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating.* Makassar: Skrisi pada Program Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin

Nurmiyati. 2009. *Analisis Pengaruh Citra, Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Penjualan terhadap Citra Perusahaan.* Semarang: Tesis pada Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro

Octavia, Itsna. 2012. *Pengaruh Pengungkapan Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitbilitas Sebagai Variabel Moderasi.* Depok: Skripsi pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2012. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. 4 April 2012. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 89. Jakarta

Putri, F. A., Darminto, dan Dwiatmanto. 2014. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi pada Indeks SRI-KEHATI yang Listing

Rahim, R. 2012. Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) pada PT Bank Sulselbar sebagai Wujud Tanggung Jawab Sosial terhadap Stakeholders dan Lingkungan Corporate.

Ratnasari, Yunita. 2011. *Pengaruh Corporate Governance terhadap Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Dalam Sustainability Report.* Semarang: Skripsi pada Program Sarjana Universitas Diponegoro Fakultas Ekonomi.

Reny dan Denies, 2012. Pengaruh GCG dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan. Yogyakarta: Skripsi pada Program Sarjana Universitas Negeri Yogyakarta Fakultas Ekonomi.

Suhartati, dkk. 2011. *Pengaruh Pengungkapan CSR dan Tata Kelola Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur tahun 2007-2008.* Jakarta: Skripsi pada Program Sarjana Universitas Politeknik Negeri Jakarta.