

PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Intihanah¹, Satira Yusuf², Lilistiani Putri^{3*}

^{1,2,3}Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Halu Oleo

*Email: lilistianiputri21@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap nilai perusahaan. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2018-2021. Indeks Corporate Social Responsibility mengikuti pedoman dari Global Reporting Initiative (GRI)-G4. Tobin's Q digunakan sebagai proksi untuk nilai perusahaan. Pemilihan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh pengungkapan Corporate Social Responsibility tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan pengungkapan Corporate Social Responsibility masih jauh dari total komponen dalam standar GRI-G4 dan CSR belum ditangkap sebagai sesuatu yang perlu dilakukan secara wajib.

Kata Kunci: Corporate Social Responsibility, Nilai Perusahaan, Sektor Pertambangan

ABSTRACT

This study aims to determine how much influence the disclosure of Corporate Social Responsibility has on company value. The population in this study are mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the 2018-2021 period. The Corporate Social Responsibility Index follows the guidelines of the Global Reporting Initiative (GRI)-G4. Tobin's Q is used as a proxy for firm value. The sample selection was carried out by the purposive sampling method. The data analysis method used in this study is simple linear regression. The results of this study indicate that the influence of disclosure of Corporate Social Responsibility has no effect on company value. This is because the disclosure of Corporate Social Responsibility is still far from the total components in the GRI-G4 standard and CSR has not been captured as something that needs to be done compulsorily.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Corporate Values, Mining Sector

Copyright©2023. Published by Jurnal Akuntansi dan Keuangan. Jurusan Akuntansi. FEB. UHO

1. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis di Indonesia saat ini berkembang semakin pesat ditandai dengan makin beragamnya jumlah perusahaan-perusahaan baru yang bermunculan, sehingga menyebabkan persaingan antar pelaku usaha yang semakin ketat. Hal ini tentunya akan berpengaruh besar terhadap iklim usaha di Indonesia. Untuk mengikuti perkembangan bisnis yang semakin kompleks diperlukan keseimbangan informasi yang sesuai dan memadai, sehingga perusahaan dituntut untuk lebih transparan dalam mengungkapkan informasi perusahaannya. Semakin banyak perusahaan yang berkembang pesat, maka pada saat itu pula dapat terjadi kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan yang semakin tinggi karena adanya aktivitas perusahaan yang tidak terkendali terhadap berbagai sumber daya untuk meningkatkan laba perusahaan. Oleh karena itu, muncul pula kesadaran yang berasal dari perusahaan dalam mengurangi dampak negatif tersebut yaitu dengan mengembangkan apa yang disebut *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) (Setianingrum,2015).

Gagasan tanggung jawab sosial yang dikenal sebagai *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan gagasan yang membuat perusahaan tidak hanya bertanggungjawab dalam hal keuangan saja, tetapi juga terhadap masalah sosial dan lingkungan sekitar perusahaan agar perusahaan dapat tumbuh secara berkelanjutan (*going concern*). Tanggung jawab tersebut meliputi pencegahan dari dampak negatif yang ditimbulkan pihak lain dan lingkungan serta meningkatkan kualitas masyarakat termasuk karyawan, pemasok, pelanggan, dan lingkungan (Junardi, 2019:69).

Pelaksanaan program CSR merupakan investasi yang penting bagi perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai sebuah gagasan bahwa perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja. Tetapi, tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines*. *Bottom lines* lainnya yaitu *profit*, *people*, dan *planet*. Konsep ini berisikan pemahaman bahwa tujuan dari sebuah bisnis bukan hanya untuk memperoleh keuntungan atau mencari laba (*profit*), tetapi juga untuk mensejahterakan rakyat (*people*), dan untuk menjaga kelestarian serta kelangsungan hidup (*planet*). Hal ini dikarenakan dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya, perusahaan akan berinteraksi secara langsung maupun tidak langsung dengan lingkungan sekitarnya (Jumadih dkk,2018:60).

Banyak dampak negatif lingkungan maupun sosial yang terjadi akibat dari kegiatan operasional bisnis perusahaan. setiap proses operasional bisnis perusahaan pastinya akan memberikan dampak negatif terhadap lingkungan juga masyarakat disekitar perusahaan. Dampak yang biasa terjadi adalah mulai dari polusi udara, air, tanah, suara serta limbah produksi perusahaan yang cukup meresahkan masyarakat sekitar perusahaanan.

Banyak kasus yang telah terjadi akibat dampak negatif dari kegiatan operasional perusahaan, dimana salah satunya adalah kasus pencemaran lingkungan oleh PT Indominco Mandiri anak perusahaan PT Indo Tambangraya Megah (ITMG) yang bergerak dibidang pertambangan batu bara. Kasus ini terjadi di Kalimantan Timur pada tahun 2021, dimana ada dugaan pencemaran, pelanggaran standar kualitas air dan limbah. Kehadiran tambang batubara PT Indominco Mandiri juga disebut telah meningkatkan intensitas banjir dan juga kekhawatiran mengenai risiko lingkungan dan keselamatan jiwa warga dari keberadaan 53 lubang bekas tambang yang luasnya 2.823,73 hektare yang setara dengan 32 kali luas kompleks olahraga palaran di Samarinda, Kalimantan Timur.

Kasus lainnya yang terjadi adalah kasus dugaan pencemaran lingkungan oleh PT Aneka Tambang Tbk (ANTAM) pada tahun 2017. Diduga akibat bocornya tempat penampungan limbah atau instalasi pengelolaan air limbah (IPAL) milik unit bisnis pertambangan Emas (UPEB) Pongkor PT Aneka Tambang Tbk, Nanggung Kabupaten Bogor

Jawa Barat, ribuan ikan dari 15 kolam milik warga tiba-tiba mati mendadak dan Sungai Bondongan tercemar.

Di Indonesia sendiri wacana mengenai kesadaran akan pentingnya menjaga kelestarian lingkungan dan tanggung jawab sosial telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT). Pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas yang menyatakan perseroan yang menjalankan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab soisal dan lingkungan (TJS). Dengan adanya peraturan ini, perusahaan khususnya peseroan terbatas yang bergerak atau berkaitan dengan sumber daya alam harus melaksanakan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat. Perusahaan yang dimaksud dalam Undang-Undang ini adalah perusahaan yang berhubungan langsung dnegan sumber daya alam misalnya perusahaan disektor pertambangan.

Perusahaan yang dimaksud dalam undang-undang ini adalah perusahaan yang kegiatan usahanya berhubungan dengan sumber daya alam, yaitu seperti perusahaan di sektor pertambangan. Industri ini dalam kegiatannya memiliki dampak sosial dan lingkungan yang relatif paling tinggi apabila dibandingkan dengan industri lainnya. Industri ini mengambil dan memanfaatkan sumber daya alam dan aktivitas operasinya pun seringkali bersentuhan dengan lingkungan hidup. Seluruh kewajiban sosial dan lingkungan ditujukan untuk sejumlah hal. Pertama, perusahaan melakukan kewajiban dibidang lingkungan untuk menjaga kelestarian lingkungan dan juga menghindari risiko kerusakan lingkungan yang bisa merugikan semua pihak termaksud perusahaan itu sendiri. Kedua, perusahaan perlu mendapatkan izin legitimasi dari lingkungan sosial agar kegiatan operasinya tetap bisa berlangsung. Legitimasi ini biasa disebut dnegan *Social License to operate* (Jovita, 2020:118).

Corporate Social Responsibility (CSR) dilakukan oleh perusahaan untuk membangun ekonomi jangka panjang, melalui kerja sama antara pihak pemegang saham dengan *Stakeholder* untuk meningkatkan kualitas hidup kedua belah pihak. Tanggung jawab sosial perusahaan menjadi semakin penting untuk dijalankan karena selain untuk memenuhi tujuan dari perusahaan yang mencari keuntungan yang besar dari aktivitas produksi yang dilakukan, perusahaan juga harus memperhatikan dampak lingkungan yang ditimbulkan dari kegiatan operasional perusahaan. CSR bukan hanya sebuah kesukarelaan, tetapi telah menjadi tuntutan agar perusahaan bisa bertahan dan berkembang. Tetapi upaya pengaplikasian *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam suatu perusahaan masih belum sesuai dengan yang diharapkan. Masih kurangnya pemahaman perusahaan mengenai CSR itu sendiri, sehingga membuat kegiatan itu disalah artikan oleh pelaku usaha. Sehingga CSR ini belum mampu memberikan dampak yang optimal bagi para stakeholder, mulai dari masyarakat sampai perusahaan itu sendiri sebagai penyelenggara CSR.

Rustiarini (2010), menyatakan bahwa perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan dapat menggunakan informasi tanggung jawab sosial sebagai keunggulan kompetitif perusahaan. Menurut Kiroyan dalam Sayekti dan Wondabio (2007), perusahaan berharap jika dengan menerapkan CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan akan memaksimalkan ukuran keuangan untuk jangka waktu yang panjang. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan CSR berharap akan direspon positif oleh para pelaku pasar seperti investor yang nantinya dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Nilai perusahaan juga akan meningkat secara berkelanjutan apabila perusahaan tersebut dapat menerapkan dimensi ekonomi, dimensi sosial dan dimensi lingkungan hidup. Oleh karena itu perlu ada peningkatan terhadap dampak yang ditimbulkan dari perusahaan-perusahaan yang aktif dalam berbisnis. Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan prestasi kinerja yang baik bagi perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan, maka semakin besar pula

kemakmuran yang dirasakan oleh pemegang saham dan keinginan investor untuk berinvestasi pun semakin meningkat (Iqbal & Putra 2018:1).

Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor pertambangan sangat penting, karena dengan adanya *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat meningkatkan nilai perusahaan, dimana para investor cenderung menanamkan modalnya pada perusahaan yang memiliki kepedulian sosial, dengan menggunakan informasi tanggung jawab sosial sebagai salah satu keunggulan dari perusahaannya. Dengan melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR), citra perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen akan semakin tinggi juga. Seiring dengan meningkatnya loyalitas konsumen dalam waktu yang lama, maka penjualan perusahaan akan semakin membaik dan nilai saham perusahaan akan semakin membaik pula (Sutopoyudo, 2009).

Perusahaan pertambangan dipilih karena kegiatan bisnisnya yang bersentuhan langsung dengan pemanfaatan sumber daya alam yang berdampak langsung pada lingkungan. Perusahaan pertambangan mengeksploitasi sumber daya alam sehingga kegiatan itu sangat mungkin menimbulkan kerusakan terhadap lingkungan apabila penanganan kegiatan operasionalnya hanya mementingkan keuntungan saja. Berikut disajikan data CSR 4 perusahaan sektor pertambangan periode 2018-2021 yang masih kurang dalam pengungkapan CSR.

Berdasarkan sampel yang diperoleh menunjukkan bahwa pada perusahaan PT Kapuas Prima Coal Tbk dan PT Ratu Prabu Energi Tbk pengungkapan CSR mengalami peningkatan sampai dengan tahun 2021. Sedangkan PT Mitra Investindo Tbk mengalami penurunan sampai dengan tahun 2021. Pada PT Capitalnic Investment Tbk pada tahun 2018 dan 2019 sama sekali tidak ada pengungkapan CSR yang dilakukan sesuai dengan indikator GRI-G4. Tetapi pada tahun 2020 dan 2021 sudah ada pengungkapan yang dilakukan yaitu 4.40% pada tahun 2020 dan 3.30% pada tahun 2021. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang tertinggi ada pada perusahaan PT Kapuas Prima Coal Tbk tahun 2021 yaitu sebesar 26.37% sedangkan CSR terendah terdapat pada perusahaan PT Capitalnic Investment Tbk tahun 2018-2019 sebesar 0% atau tidak ada pengungkapan CSR sama sekali.

Penelitian terkait variabel CSR dan Nilai Perusahaan oleh Sri Ayem, Jamiatun Nikmah (2019) dengan judul Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Perusahaan LQ45 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017) yang menjelaskan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan karena besarnya pengungkapan CSR yang dilakukan sehingga nilai perusahaannya juga semakin meningkat. Sedangkan Zuhro Saedah (2015) dengan judul Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating (Studi pada Perusahaan Manufaktur di BEI Periode Tahun 2011-2013) menjelaskan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan karena kecenderungan investor dalam membeli saham, rendahnya pengungkapan CSR. Demikian juga dengan hasil penelitian Alfonsia Klofilda Suryati, Agus Wahyudi Salasa Gama, Ni Putu Yeni Astiti (2019) dengan judul Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014 – 2016) menjelaskan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena perusahaan tidak melakukan pengkomunikasian tanggung jawab sosial secara tepat dan sebagian besar perusahaan publik hanya berfokus pada faktor keuangan, perusahaan kurang berfokus pada faktor – faktor non keuangan semisal CSR.

Berdasarkan uraian diatas, penelitian mengenai pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan telah banyak dilakukan akan tetapi

hasil yang didapatkan mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan masih menunjukkan adanya pengaruh dan juga tidak berpengaruhnya CSR terhadap nilai perusahaan. Maka dari itulah peneliti ingin melakukan penelitian kembali dengan objek Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa efek Indonesia periode 2018-2021.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan.

2. LANDASAN TEORI

Pada umumnya, *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan masyarakat yang dapat dilakukan dengan cara melaksanakan berbagai kegiatan sosial yang bermanfaat bagi masyarakat yang berada disekitar lingkungan perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan anatara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan (Jumadiah, dkk, 2018:7). *Corporate Social Responsibility* sangat erat kaitannya dengan pembangunan berkelanjutan yang diartikan sebagai proses pembangunan (lahan, kota, bisnis, masyarakat, dan sebagainya) (Rachman, dkk, 2011:11). Menurut Ismail Solihin 2009 *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah komitmen untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui praktek bisnis yang bebas dan kontribusi sumber daya perusahaan. Mencapai kesuksesan komersial dengan cara menghormati nilai-nilai etika dan menghormati orang, komunitas, dan lingkungan alam. Kesiediaan organisasi untuk menggabungkan sosial dan pertimbangan lingkungan dalam pengambilan keputusannya dan bertanggungjawab atas dampak keputusan dan kegiatannya terhadap masyarakat dan lingkungan” (Sultoni, 2020:6). Jhonson (2006) dalam Nor Hadi (2018), mengemukakan bahwa tanggung jawab social perusahaan merupakan komitmen perusahaan secara sadar tanpa adanya tekanan untuk menjalankan bisnis dengan berkomitmen secara berkelanjutan, etis, dan juga berkontribusi secara ekonomi. Jhonson juga mengatakan bahwa social responsibility dimaksudkan untuk meningkatkan kualitas hidup tenaga kerja (pegawai) beserta keluarganya, serta meningkatkan kesejahteraan bagi masyarakat sekitar dan masyarakat dalam arti luas.

Menurut John Elkingshton dalam Rachman, dkk (2011:10) John Elkington’s mengelompokkan *Corporate Social Responsibility* dalam tiga aspek yang lebih dikenal dengan Triple Bottom Line. Ketiga aspek tersebut meliputi kesejahteraan atau kemakmuran ekonomi (Economic Prosperity), peningkatan kualitas lingkungan (Environmental Quality), dan juga keadilan sosial (Social Justice). Ia juga menegaskan bahwa suatu perusahaan yang ingin menerapkan konsep Sustainability development harus memperhatikan antara triple bottom line dengan triple p (Profit sebagai aspek ekonomi, planet sebagai aspek lingkungan dan people sebagai aspek sosial). Jadi dengan demikian perhatian manajemen terhadap *Corporate Social Responsibility* bukan hanya ditujukan hanya pada standar ekonomi saja, tetapi juga pada dampak dari kegiatan perusahaan terhadap lingkungan hidup, serta masyarakat umum. Fakta menunjukkan bahwa dengan adanya keterlibatan aktivitas sosial sebagai wujud dari *Corporate Social Responsibility* sangat menunjang kegiatan bisnis sehingga menguntungkan perusahaan itu sendiri.

Menurut Jumadiah, dkk (2018) Carrol menjelaskan komponen-komponen tanggung jawab sosial perusahaan ke dalam empat kategori, yaitu economic responsibilities, ethical responsibilities, legal responsibilities. Adapun pengertian masing-masing kategori tanggung jawab sosial tersebut adalah sebagai berikut:

1. Tanggung jawab ekonomi (Economic Responsibilities) adalah tanggung jawab sosial utama perusahaan adalah tanggung jawab ekonomi karena lembaga bisnis terdiri atas aktivitas ekonomi yang menghasilkan barang dan jasa bagi masyarakat secara menguntungkan.
2. Tanggung jawab hukum (Legal Responsibilities) adalah masyarakat berharap bisnis dijalankan dengan menaati hukum dan peraturan yang berlaku dimana hukum dan peraturan tersebut pada hakikatnya dibuat oleh masyarakat melalui lembaga legislatif. Sebagai contoh ketaatan perusahaan dalam membayar pajak, dan sebagainya merupakan tanggung jawab hukum perusahaan.
3. Tanggung jawab etis (Ethical Responsibilities) adalah masyarakat berharap perusahaan menjalankan bisnis secara etis. Menurut Epstein etika bisnis menunjukkan refleksi moral yang dilakukan oleh pelaku bisnis secara perorangan maupun kelembagaan (organisasi) untuk menilai sebuah isu di mana penilaian ini merupakan pilihan terhadap nilai yang berkembang dalam suatu masyarakat. Melalui pilihan nilai tersebut, individu atau organisasi akan memberikan penilaian apakah sesuatu yang dilakukan itu benar atau salah, adil atau tidak, serta memiliki kegunaan (utilitas) atau tidak.
4. Tanggung jawab diskresi (Discretionary Responsibilities) adalah masyarakat mengharapkan keberadaan perusahaan dapat memberikan manfaat bagi mereka. Ekspektasi masyarakat tersebut dipenuhi oleh perusahaan melalui berbagai program yang bersifat filantropis.

Menurut Hardianto (2013), pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering juga disebut social disclosure, corporate social reporting, social accounting, merupakan cara mengkomunikasikan informasi sosial kepada stakeholder. Jadi dengan adanya hal ini maka aka dapat diketahui apa saja aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan.

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan menjadi penting karena stakeholder perlu mengevaluasi dan mengetahui mana perusahaan yang melaksanakan perannta sesuai dengan keinginan stakeholder, sehingga menuntut adanya akuntabilitas perusahaan atas kegiatan Corporate Social Responsibility yang telah dilakukan. Semakin baik pengungkapan Corporate Socia Responsibility yang dilakukan maka stakeholder semakin terpuaskan dan akan memberikan dukungan penuh kepada perusahaan atas segala aktivitasnya yang bertujuan mencapai laba sehingga akhirnya meniakkan nilai perusahaan (Putri dan Raharja, 2013:3)

Hipotesis penelitian ini :

H_a: Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan mengambil data di Bursa Efek Indonesia (BEI) melalui website www.idx.co.id dan melalui website masing-masing perusahaan. Objek penelitian ini adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2018-2021. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan pertambangan yang telah go public yang mengungkapkan Corporate Social Responsibility (CSR) yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2021. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 49 perusahaan. Pengambilan sampel penelitian ini dilakukan dengan menggunakan purposive sampling yang merupakan Teknik sampel dengan pertimbangan tertentu dengan tujuan mendapatkan sampel yang representatif sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Jumlah sampel akhir yang memiliki data lengkap dalam penelitian ini sebanyak 11 perusahaan. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi. Metode dokumentasi dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan dokumen-dokumen

berupa laporan tahunan periode 2018-2021. Studi pustaka atau literature berupa buku, artikel situs internet serta data-data lainnya terkait lainnya yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

Metode Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Pengungkapan CSR menggunakan Standar Pelaporan GRI-G4 dengan 91 indikator pengungkapan yang terbagi dalam 3 kategori yaitu (ekonomi, lingkungan, dan sosial) dan 4 subkategori dalam indikator sosial (tenaga kerja, hak asasi manusia, masyarakat dan tanggung jawab produk). Pendekatan pengukuran index CSR untuk pengungkapan CSR ini menggunakan pendekatan dikotomi dimana setiap item CSR yang diakui dalam pedoman GRI G4 jika diungkapkan akan diberi skor 1 dan 0 jika tidak diungkapkan. Untuk langkah selanjutnya, skor semua item akan dijumlahkan untuk mendapatkan skor keseluruhan masing-masing perusahaan. Rumus untuk Index CSR adalah sebagai berikut :

Rumus Perhitungan CSR adalah sebagai berikut:

$$CSR_{ij} = \frac{\sum X_{ij}}{n_j} \times 100\%$$

Keterangan :

CSR_j : *Corporate Social Responsibility Index* Perusahaan

X_{ij} : Point bagi indikator yang dilaksanakan (1= Jika kriteria diungkapkan, 0 = Jika kriteria tidak diungkapkan)

n_j : Jumlah kriteria pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) untuk perusahaan j, n_j ≤ 91

Sumber: Martin, Yadiati, dan Pratama (2018)

Model analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear sederhana dengan data yang terkumpul. Regresi linear sederhana adalah metode yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat sekaligus memperoleh model untuk menaksir dan membuat penaksiran nilai variabel tertentu, sebagai variabel dependen berdasarkan atas satu variabel lain sebagai variabel independen yang telah diketahui nilainya.

Model analisis regresi linear sederhana dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan:

Y = Nilai Perusahaan

X = *Corporate Social Responsibility*

a = Konstanta (nilai Y apabila X = 0)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

e = Error

Uji Hipotesis penelitian ini antara lain :

1) Uji t (Patril Individual Test)

Menurut Ghozali (2018) Uji t pada dasarnya digunakan untuk menunjukkan sejauh mana pengaruh satu variabel independen secara parsial (individual) dalam menerangkan variabel dependen. Uji t yaitu suatu uji untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas secara parsial atau individu terhadap variabel terikat. Pengambilan keputusan yaitu dengan nilai signifikansi 0,05 dan membandingkan t hitung dengan t tabel yang ditemukan sebagai berikut:

1. Apabila tingkat signifikansi α (0,05) dan t hitung > t tabel maka H₀ ditolak dan H_a diterima yang artinya variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Apabila tingkat signifikansi α (0,05) dan t hitung < t tabel maka H₀ diterima dan H_a ditolak yang artinya variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

2) Uji Koefisien Determinasi (R²)

Pengukuran koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui persentase pengaruh variabel independen terhadap perubahan variabel dependen. Nilai Koefisien Determinasi adalah antara nol dan satu (Ghozali, 2018:97)

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Berdasarkan uji asumsi klasik yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi normal dan tidak terjadi heteroskedastisitas, serta autokorelasi. Oleh karena itu data yang tersedia telah memenuhi syarat untuk menggunakan model regresi sederhana.

Analisis ini digunakan mengukur arah hubungan antara variabel dependen dan variabel independen. Seberapa jauh perubahan nilai perusahaan bila variabel independen diubah, serta mengetahui arah hubungan antara variabel apakah variabel berhubungan positif atau negatif. Berikut dapat dilihat hasil uji regresi linear sederhana:

Tabel 1
Hasil Uji Regresi Linear Sederhana
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.284	5.034		3.235	.002
	CSR	-38.021	21.471	-.264	-1.771	.084

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data diolah (IBM SPSS 22)

Dari hasil tabel 4.6 diperoleh nilai konstanta dari model regresi (a) sebesar 16,284 dan koefisien (bx) -38,021. Berdasarkan nilai konstanta dan koefisien regresi tersebut, maka hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dalam model regresi dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = 16,284 - 38,021 + e$$

Koefisien b dinamakan koefisien arah regresi dan menyatakan perubahan rata-rata variabel Y untuk setiap perubahan variabel X sebesar satu satuan. Perubahan ini merupakan pertambahan bila b bertanda positif dan menurun bila b bertanda negatif. Sehingga dari persamaan regresi diatas, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Nilai konstanta adalah sebesar 16,284. Hal ini berarti bahwa jika *Corporate Social Responsibility* (X) nilainya konstan atau sama dengan nol, maka Nilai perusahaan (Y) adalah 16,284.
2. Nilai koefisien regresi *Corporate Social Responsibility* (X) sebesar -38,021, dapat diartikan bahwa apabila pengungkapan *Corporate Social Responsibility* mengalami peningkatan sebesar satu satuan maka nilai perusahaan akan mengalami penurunan sebesar -38,021, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel *Corporate Social Responsibility* (X) terhadap nilai perusahaan (Y) adalah negatif.

Pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan membandingkan 'hitung dengan 'tabel dan 'sign dengan α : 0,05. Apabila 'hitung > 'tabel atau 'sign < dari α : 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen. Sebaliknya apabila tingkat signifikansi 'hitung < 'tabel atau 'sig > dari α : 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 2
Hasil Uji t Parsial
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.284	5.034		3.235	.002
	CSR	-38.021	21.471	-.264	-1.771	.084

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data diolah (IBM SPSS 22)

Dari hasil tabel diatas, perbandingan berdasarkan uji t hitung dengan t tabel diperoleh nilai t hitung CSR sebesar -1,771 dan t tabel sebesar 1,83311. Karena t hitung $<$ t tabel (-1,771 $<$ 1,83311) dengan *Corporate Social Responsibility* memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,084 $>$ 0,05 artinya *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sehingga H_0 dalam penelitian ini ditolak.

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui hubungan linear antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) . hasil dari analisis koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 3 Dibawah ini:

Tabel 3
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.264 ^a	.069	.047	20.09214

a. Predictors: (Constant), CSR

Sumber: Data diolah (IBM SPSS 22)

Berdasarkan hasil tabel diatas, diperoleh koefisien determinasi R square adalah 0,069. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel independen yaitu pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tidak mampu mempengaruhi varians dari variabel dependen yaitu nilai perusahaan.

Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian variabel-variabel penelitian dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana dapat diketahui bahwa variabel independen (X) yaitu pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Ini menunjukkan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tidak mampu mempengaruhi nilai perusahaan secara signifikan.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini diduga karena adanya UU tentang perseroan terbatas No. 40 tahun 2007 tentang pelaksanaan CSR. Sehingga investor merasa tidak perlu melihat pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan karena perusahaan pasti akan melakukannya jika tidak ingin mendapat sanksi dari undang-undang tersebut. Isi Undang-Undang yang berkaitan dengan CSR, yaitu pada pasal 74 di Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 berbunyi:

- (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang 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 keputusan dan kewajaran.
- (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility* disetiap perusahaan memiliki perbedaan, karena dalam pelaporan pengungkapan CSR tidak memiliki standar baku dalam penyusunannya, sehingga terdapat banyak perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI memiliki pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang rendah atau tidak secara rinci dalam mengungkapan *Corporate Social Responsibility* di dalam laporan tahunan. Kemungkinan tidak berpengaruhnya CSR terhadap nilai perusahaan juga dikarenakan adanya sampel perusahaan yang nilainya tinggi, yang disebabkan oleh harga saham dan jumlah saham beredar yang tinggi tetapi memiliki nilai aset yang rendah dibandingkan dengan emiten lainnya.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan juga terjadi karena meskipun ada *Global Reporting Initiative* (GRI) sebagai pedoman penerapan CSR namun kualitas pengungkapan CSR pada setiap perusahaan masih jauh dari total komponen dalam standar GRI, serta ada beberapa dari sampel perusahaan tidak bisa memenuhi separuh dari total indikator pengungkapan GRI yang diajukan dalam penelitian ini sehingga variabel CSR tidak dapat diukur secara langsung dan membuat pengungkapan CSR menjadi tidak transparan juga tidak sesuai dengan yang ada dilapangan. Sehingga standar GRI yang membuat investor lebih berfokus pada informasi kinerja keuangan sebagai dasar pengambil keputusan.

Korelasi kepemilikan dengan berpengaruhnya dalam penelitian ini seharusnya 99 item sesuai dengan indikator GRI-G4 tetapi rata-rata hanya mengungkapkan 0,16 pada tahun 2018, 0,21 pada tahun 2019, 0,19 pada tahun 2020 dan 2021 atau hanya sekitar 16 item pengungkapan pada tahun 2018, 21 item pengungkapan pada tahun 2019, 19 item pengungkapan pada tahun 2020 dan 2021, sehingga itu tidak cukup menjadi patokan untuk menilai nilai perusahaan tersebut.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa besar kecilnya pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan yang telah menjadi sampel tidak berdampak langsung terhadap nilai perusahaan.

Investor yang ada di Indonesia cenderung memilih saham untuk mendapatkan *gain* atau keuntungan, sedangkan pengungkapan CSR hanya akan memberikan peningkatan harga saham dalam jangka panjang, sehingga permintaan terhadap saham tidak dipengaruhi oleh pengungkapan CSR yang telah dilakukan oleh perusahaan. CSR merupakan usaha jangka panjang perusahaan untuk mempertahankan keberlangsungan hidup perusahaan sehingga pengaruhnya tidak dapat dirasakan secara langsung (Franceska, 2020:20).

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Alfonsia, Agus dan Ni Putri (2019) yang menyatakan bahwa perusahaan tidak melakukan pengkomunikasian tanggung jawab sosial secara tepat sehingga belum ditangkap sebagai sesuatu yang perlu dilakukan oleh pihak-pihak yang berkepentingan. Sebagian besar perusahaan public hanya berfokus pada faktor keuangan, perusahaan kurang berfokus pada faktor-faktor non keuangan misalnya CSR. Hal ini dapat dilihat dari kecilnya nilai pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dari perusahaan publik.

Implikasi kebijakan bagi pihak perusahaan adalah bahwa perusahaan perlu merumuskan strategi dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility* seperti meningkatkan kesadaran, kinerja fungsi, peran wewenang dan tanggung jawab serta perusahaan juga perlu menerapkan pedoman sebagai standar dalam melaksanakan dan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* yang sesuai dengan karakteristik perusahaan lingkungan bisnis yang dihadapi, serta dapat diterima dan direspon dengan baik oleh stakeholder.

Hasil ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan Zessicha dan Budiyanto (2018), namun sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Alfonsia, Agus dan Ni Putu (2019) yang menyatakan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

5. SIMPULAN

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak signifikan mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan. Ini dikarenakan nilai signifikasi pada tabel lebih besar dari 0,05 yaitu sebesar 0,084 ($0,084 > 0,05$). Berdasarkan nilai t diatas terdapat thitung lebih kecil dari ttabel ($-1,771 < 1,83311$), yang artinya *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Peneliti selanjutnya hendaknya menambah variabel penelitian diluar variabel penelitian ini. Seperti Profitabilitas, Laverage, Kepemilikan Manajerial, Manajemen Laba, dsb. Bagi investor, agar lebih seksama dalam mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu diperhitungkan dalam investasi yang tidak hanya memilih perusahaan berdasarkan harga saham akan tetapi juga mempertimbangkan faktor lain seperti *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan. Bagi perusahaan-perusahaan di Indonesia, diharapkan untuk lebih meningkatkan kesadaran akan pentingnya menjaga keberlanjutan dibidang ekonomi, lingkungan dan sosial bagi masa depan maupun generasi yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayem, Sri dan Jaimatun Nikmah. 2019. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi*, (Online), 1 (2). 138-149, diakses 23 Januari 2022.
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9. Semarang: Universitas Diponegoro. <https://www.idx.ac.id>.
- Hadi, Nor. 2018. Corporate Social Responsibility (Edisi 2). Yogyakarta: Expert
- Hardianto, M. L. 2013. Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan CSR dan GCG sebagai Variabel Pemoderasi. Skripsi Universitas Diponegoro, 1-76, diakses 9 Maret 2022.
- Iqbal, Muhammad dan Putra Rio Johan. 2018. Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan dengan Perencanaan Pajak sebagai Variabel Moderating. *Media Studi Ekonomi*, (Online), 21 (1) : 1-9, <http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/MSE/article/viewFile/1232/844> diakses 20 November 2021.
- Jovita, S. 2020. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating pada Perusahaan Sub Sektor Pertambangan Batu Bara Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-201, 21 (2). (Online), (<http://eprints.stiei-kayutangi-bjm.ac.id/1293/>), diakses 24 November 2021.
- Jumadiah., Manfarisyah., Marlia Sastro., Herniwati. 2018. Penerapan Prinsip Corporate Social Responsibility di Provinsi Aceh. Aceh: Unimal Press.
- Junardi. 2019. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi. (Online), 4 (2), diakses 10 Januari 2022.
- Martin, Rafael, Winwin Yadiati, Arie Pratama. 2018. CSR Disclosure and Company Financial Performance: Do High and Low-Profile Industry Moderate the Result?. *Indonesian Journal of Sustainability Accounting and Management*, 2 (1):15-24, diakses 20 Oktober 2022.
- Putri, H.C.M dan S. Raharja. 2013. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Kepemilikan Manajerial sebagai Variabel Moderating, (Online), *Diponegoro Journal of Accounting* 2 (3), 1-5, diakses 23 Maret 2022.
- Rachman, N. A. 2016. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi. *Warta Dharmawangsa*, 14(3), 508–521. <https://doi.org/10.46576/wdw.v14i3.832>
- Republik Indonesia. 2007. Undang-Undang N0 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal. Jakarta: Pemerintah Republik Indonesia.
- Republik Indonesia. 2007. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007. Tentang Perseroan Terbatas. Jakarta: Pemerintah Republik Indonesia.
- Rustiarini, Ni Wayan. 2010. Pengaruh Corporate Governance pada Hubungan Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan. Simposium Nasional Akuntansi XIII Purwokerto 2010. Denpasar : Universitas Mahasaraswati Denpasar
- Setianingrum, Wahyuning Ambar. 2015. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2013). Universitas Negeri Semarang.
- Sultoni, Hamim Mohammad. 2020. Corporate Social Responsibility (Kajian Korelasi Program CSR terhadap Citra Perusahaan). Duta Media Publishing.
- Suryati, Alfonsia, Klofilda, Agus Wahyudi Selasa Gama dan Ni Putu Yeni Astiti. 2019. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan

Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2016). *Forum Manajemen*, 17 (2): 111-121, diakses 23 Januari 2022.

Sutopoyudo. 2009. Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Profitabilitas Perusahaan. Sutopoyudo's Weblog At [Http://Www.Wordpress.Com](http://www.wordpress.com). Diakses 5 Desember 2021.

www.idcx.co.id