

Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus pada Subsektor Tekstil dan Garmen yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2019)

Meita Sekar Sari¹, Ayu Wulandari²

^{1,2} Program Studi Akuntansi, Universitas Indonesia

e-mail: meita@umitra.ac.id, wayu0974482@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the effect of disclosure of corporate social responsibility on firm value. This research is based on the phenomena found in the data on company value in the textile and garment sub-sector. The samples of this study are companies listed on the Indonesia Stock Exchange up to December 31 2017-2019 and companies that publish financial reports and complete annual reports according to the data required by researchers as of December 31 for the 2017-2019 period respectively. The data processing method (analysis) used is the simple regression method. The results of this study indicate that disclosure of corporate social responsibility has a positive effect on firm value in the textile and garment sub-sector.

Key words: *disclosure of corporate social responsibility, company value*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena yang terdapat pada data nilai perusahaan pada subsektor tekstil dan garmen. Sampel penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sampai dengan 31 Desember 2017-2019 dan perusahaan yang mempublikasikan laporan keuangan dan laporan tahunan yang lengkap sesuai data yang dibutuhkan peneliti per tanggal 31 Desember untuk periode 2017-2019. Metode pengolahan data (analisis) yang digunakan adalah metode regresi sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada subsektor tekstil dan garmen.

Kata kunci: pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, nilai perusahaan

1. PENDAHULUAN

Semakin berkembangnya pasar modal, persaingan antar perusahaan juga semakin ketat. Perusahaan dalam menghadapi persaingan dituntut untuk menciptakan nilai perusahaan yang tinggi agar dapat bersaing dengan baik. Pada umumnya, nilai perusahaan yang tinggi merupakan tujuan yang harus dicapai perusahaan yang nantinya akan tercermin dalam harga saham dan ditandai dengan tingkat pengembalian investasi yang tinggi kepada pemegang saham. Hal ini karena penilaian investor terhadap perusahaan dapat diamati melalui harga saham perusahaan yang telah go publik yang diperdagangkan di bursa efek.

Dengan nilai perusahaan yang tinggi maka perusahaan tersebut akan dipandang lebih bernilai oleh investor. Sehingga perusahaan yang memiliki nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan kepercayaan publik yang besar terhadap perusahaan. Nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan, bahwa dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan perusahaan (Maya Septiyuliana, 2016). Ada banyak faktor yang

mempengaruhi nilai perusahaan, salah satunya adalah Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Menurut Siti Sapia Latupono. Andayani (2015) *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kesadaran masyarakat terhadap dampak perusahaan pada kondisi sosialnya dan lingkungan hidup semakin penting, sehingga mulai menekan perusahaan untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosialnya, karena perusahaan menggunakan sumber daya sebagai penggerak aktivitas. Perusahaan memang akan memberikan kontribusi yang positif terhadap perekonomian, tetapi hal ini tidak lantas membuatnya mengabaikan hal-hal yang terkait dengan lingkungan sosialnya (Anggara, 2015). Prioritas perusahaan saat ini bukan hanya untuk mencari keuntungan semata. Dengan perkembangan zaman, hal tersebut sudah tidak lagi relevan.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh perusahaan pada umumnya berpedoman pada *Global Reporting Initiative* (GRI). *Global Reporting Initiative* (GRI) G4 merupakan standar terbaru yang telah banyak digunakan oleh perusahaan di Indonesia. Dalam *Global Reporting Initiative* (GRI) G4 terdapat sembilan aspek dampak yang ditimbulkan perusahaan terhadap lingkungan yaitu aspek bahan baku (material), aspek energi, aspek air, aspek keanekaragaman hayati, aspek emisi, pencemaran dan limbah, aspek produk dan jasa, aspek kepatuhan, aspek transport, dan aspek lingkungan menyeluruh.

Hasil penelitian terkait oleh Hesty Mey Lestari, Fidiana (2015) tentang pengaruh *corporate social responsibility* (csr) terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi, menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, profitabilitas sebagai variabel moderasi dapat mempengaruhi hubungan tanggung jawab sosial.

2. METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:2): “Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016:2) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan.

Jenis dan Sumber Data

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif dilakukan dengan mengumpulkan data yang berupa angka, kata-kata atau kalimat yang dikonversi menjadi data yang berbentuk angka. Data yang berupa angka tersebut kemudian diolah dan dianalisis untuk mendapatkan suatu informasi ilmiah dibalik angka-angka tersebut (Martono, 2014:20).

Dalam penelitian ini sumber data yang diperoleh dari historis laporan keuangan perusahaan sub sektor tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2019. Penelitian ini menggunakan data sekunder. Menurut Sugiyono (2015) data sekunder adalah sumber data yang

tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

Analisis Regresi Sederhana

Menurut Sugiyono (2016 : 261) dimana regresi linier sederhana merupakan hubungan fungsional atau kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Analisis regresi sederhana digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan dari variabel X.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2016:97) uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikansi level 0,05 ($\alpha=5\%$).

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk memprediksi seberapa besar kontribusi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Sebaliknya, nilai koefisien determinasi yang kecil menandakan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas (Ghozali, 2018:97). Berdasarkan hasil perhitungan dari SPSS nilai adjusted R square (koefisien determinasi) nya sebesar 0.697, yang artinya pengaruh variabel independen (x) terhadap variabel dependen (y) sebesar 69.7%.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS, variabel pengungkapan corporate social responsibility (X) memiliki t hitung senilai 8.032 yang artinya $T_{hitung} > T_{tabel}$, yaitu $8.032 > 2.048$ artinya variabel x berpengaruh terhadap variabel y.

4. KESIMPULAN

5.

1. Metode uji normalitas menunjukkan bahwa hasil penelitian berdistribusi normal.
2. Pada metode uji regresi linier sederhana, hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* (csr) terhadap nilai perusahaan. Dimana hasil dari signifikansi $8.032 > 2.048$ artinya variabel x berpengaruh terhadap variabel y.
3. Dengan menggunakan uji koefisien determinasi, hasil penelitian menunjukkan pengaruh variabel independen (x) terhadap variabel dependen (y) sebesar 69.7%.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Agus, Martono. 2014. *Analisa Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Ekonisia
- Ayu, Putri. K, Made Sudarma, dan Bambang Purnomosidhi. 2015. "Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan dan jumlah dewan komisaris sebagai variabel pemoderasi" dalam *Jurnal Aplikasi Manajemen* Volume 14 No.2. Januari Hal. 344-358.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, Damodar N. dan Porter, Dawn C. 2013. *Dasar-dasar Ekonometrika Edisi 5 Buku 1 (Basic Econometrics)*, diterjemahkan oleh Raden Carlos Mangunsong. Jakarta: Salemba Empat.
- Latuppono, Siti Sapia & Andayani. 2015. "Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai perusahaan: good governance variabel moderating". Dalam *Jurnal Ilmu & riset akuntansi* Volume 4 No.8.Hal.1-15.
- Mey, Hesty Lestari dan Fidiana. 2015. "Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel moderating". dalam *Jurnal ilmu & Riset Akuntansi*, Volume 4, No. 12, Hal.1-19
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : CV.Afabeta,
- Sarwendah, Sulistyaningsih, Anita Wijayanti dan Endang Masitoh. 2017. *Seminar Nasional IENACO*, Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating. Hal.787-794.
- www.idx.co.id
- <https://kemenperin.go.id/artikel/20666/Lampaui-18-Persen,-Industri-Tekstil-dan-Pakaian-Tumbuh-Paling-Tinggi> (diakses 08 Oktober 2020)
- <https://www.medcom.id/ekonomi/mikro/DkqVBgQK-menjaga-kekuatan-ekspor-produk-tekstil-indonesia> (diakses 08 Oktober 2020).
- www.sahamok.com