

## **Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia**

*The Effect Disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR) to The value of the company on Manufacturing company sector basic and chemical industry listed in Indonesia Stock Exchange*

**Ramadhan Kurnia Hadi, Siti Maria Wardayati, Indah Purnamawati**

Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember (UNEJ)

Jalan Kalimantan 37, Jember 68121

e-mail: Ramadhan.Kurnia89@yahoo.com

### **Abstrak**

Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih antara variabel independen (pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR)) dan variabel dependen (nilai perusahaan) pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Data-data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder.. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014 berjumlah 61 perusahaan. Besar sampel ditentukan dengan rumus slovin sebesar 53 perusahaan dengan menggunakan teknik random sampling. Data dianalisis dengan menggunakan regresi sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} = 2.511 >$  nilai  $t_{tabel} = 2.007$  sedangkan signifikansi  $= 0.015 < \alpha = 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima berarti pengungkapan CSR berpengaruh secara signifikan (nyata) terhadap nilai perusahaan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hal ini berarti jika tidak ada pengungkapan CSR maka akan turut serta menurunkan nilai perusahaan.

Kata kunci: pengungkapan *corporate social responsibility*, Nilai perusahaan

### **Abstract**

*This research is associative which aims to determine the relationship between two variables or more independent variables (the disclosure of corporate social responsibility (CSR)) and the dependent variable (the value of the company) at the company's manufacturing base and chemical industry sectors listed on the Indonesia Stock Exchange. The data used in this research is secondary data .. The population of this study are all companies manufacturing base and chemical industry sectors listed on the Indonesia Stock Exchange period in 2014 amounted to 61 companies. The sample size is determined by the formula slovin by 53 companies using random sampling techniques. Data were analyzed using simple regression. The results showed that the value of  $t = 2,511 > t \text{ table} = 2.007$  whereas the value of significance  $= 0.015 < \alpha = 0,05$  so that  $H_0$  refused and  $H_a$  accepted means of CSR disclosure of significant influence (real) against the value of the company. The conclusion from this study is that there is a positive and significant influence of disclosure of corporate social responsibility (CSR) to the value of the company at the company's manufacturing base and chemical industry sectors listed on the Indonesia Stock Exchange. This means that if there is no disclosure of CSR will participate decrease the value of the company.*

*Keywords: disclosure of corporate social responsibility, enterprise value*

### **Pendahuluan**

Sebuah perusahaan yang baik harus mampu mengontrol potensi finansial maupun potensi non finansial di dalam meningkatkan nilai perusahaan untuk eksistensi perusahaan dalam jangka panjang. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham

yang merupakan tujuan utama perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan menggambarkan semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh stakeholder. Nilai perusahaan akan tercermin dari harga sahamnya. Nilai perusahaan yang dibentuk melalui indikator nilai pasar saham sangat dipengaruhi oleh peluang peluang investasi. Adanya peluang investasi dapat memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan di masa

yang akan datang sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Sartono (2001:369), menyatakan bahwa nilai perusahaan ditentukan oleh nilai modal sendiri dan nilai utang. Nilai perusahaan berhubungan erat dengan kemampuan perusahaan untuk meningkatkan kemakmuran pemegang sahamnya. Bagi perusahaan yang menjual sahamnya ke masyarakat (*go public*), indikator nilai perusahaan adalah harga saham yang diperjualbelikan di bursa efek. Nilai perusahaan dinilai baik apabila kinerja perusahaan juga baik. Kinerja yang dilakukan perusahaan dapat berupa kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial di dalam memperbaiki kerusakan lingkungan dan kesenjangan sosial di lingkungan sekitarnya. Hal tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan apabila dilakukan secara berkelanjutan (*sustainable*).

Keown (2004) menyatakan bahwa nilai perusahaan merupakan nilai pasar atas surat berharga hutang dan ekuitas pemegang saham yang beredar. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham dan profitabilitas. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini, namun juga pada prospek perusahaan di masa depan.

Secara umum, para pemodal menyerahkan pengelolaan nilai perusahaan kepada para profesional seperti manajer ataupun komisaris. Kebijakan yang diambil manajemen dalam upaya peningkatan kemakmuran pemegang saham membuat investor berkepentingan dengan analisis nilai perusahaan, sebab analisis nilai perusahaan akan memberikan kebermanfaatannya informasi kepada investor dalam menilai prospek perusahaan di masa depan dalam menghasilkan keuntungan. Bagi perusahaan yang memiliki nilai perusahaan yang baik akan memberikan sinyal yang positif terhadap naiknya harga saham.

Menurut Narver (1971) dalam McWilliams dan Siegel (2000) kondisi keuangan tersebut ternyata tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan. Keberlanjutan perusahaan (*corporate sustainability*) hanya akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup. Sudah menjadi fakta bagaimana reaksi masyarakat sekitar terhadap perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan lingkungan. Perusahaan perlu melakukan pengungkapan terhadap lingkungan di sekitar perusahaan.

Pengungkapan (*disclosure*) didefinisikan berbeda dalam kondisi yang berbeda pula. Sebagai salah satu prinsip dalam akuntansi keuangan, istilah pengungkapan dikaitkan secara langsung dengan laporan keuangan. Pada kenyataannya ternyata pengungkapan juga berhubungan dengan informasi lainnya diluar laporan keuangan. Pengungkapan merupakan suatu alat yang penting untuk mengurangi asimetri informasi antara manajer dengan pemilik perusahaan (Januarti, 2009).

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan karena salah satu dasar pemikiran yang

melandasi etika bisnis sebuah perusahaan. Semakin banyak perusahaan mengungkapkan CSR dalam laporan tahunan, maka semakin baik pula nilai perusahaan di mata investor, kreditor, ataupun masyarakat. Kesadaran tentang pentingnya mempraktikkan CSR ini menjadi tren global seiring dengan semakin maraknya kepedulian masyarakat global terhadap produk-produk ramah lingkungan yang diatur oleh Undang-Undang PT No. 40 Pasal 74 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (Susanto, 2007:3) dalam Rimba (2010).

Adanya UU PT tersebut sebagai bukti bahwa pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) belum dijalankan oleh perusahaan dengan baik dan wajar. Untuk itu perusahaan diwajibkan untuk melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya kasus ketidakpuasan publik yang bermunculan. Pemikiran yang melandasi CSR yang sering dianggap inti dari estetika bisnis adalah bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomi dan legal (pemegang saham /shareholder). Social responsibility dari perusahaan terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua stakeholder, termasuk di dalamnya pelanggan, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, pemerintah, supplier, bahkan kompetitor (Nurlela dan Islahudin 2008).

Pemikiran yang melandasi *Corporate Social Responsibility* (Tanggung Jawab Sosial Perusahaan) yang sering dianggap inti dari etika bisnis adalah bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomi dan legal (artinya kepada pemegang saham atau *shareholder*) tetapi juga kewajiban-kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholder*) yang jangkauannya melebihi kewajiban-kewajiban di atas. Tanggung jawab sosial dari perusahaan terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua *stakeholder*, termasuk di dalamnya adalah pelanggan atau *customer*, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, pemerintah, *supplier* bahkan juga kompetitor.

Sebuah perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan teori sinyal (*signaling theory*), manajer yang memiliki informasi bagus tentang perusahaan berupaya menyampaikan informasi tersebut kepada investor luar agar saham perusahaan meningkat (Sugiarto, 2009). Perusahaan berharap dengan pengungkapan CSR, perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan akan memaksimalkan ukuran keuangan untuk jangka waktu yang panjang. Selain itu, pengungkapan CSR diharapkan dapat meningkatkan image perusahaan dan meningkatkan penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan CSR berharap akan direspon positif oleh para pelaku pasar seperti investor dan kreditor yang nantinya dapat meningkatkan nilai perusahaan (Sayekti dan Ludovicus, 2007).

Pengungkapan tanggungjawab Sosial Perusahaan perusahaan dapat memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan-kerusakan lingkungan yang terjadi sebagai akibat dari aktivitas operasional yang dilakukan

perusahaan. Semakin banyaknya bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, maka image perusahaan menurut pandangan masyarakat menjadi meningkat atau citra perusahaan menjadi baik. Investor lebih berminat pada perusahaan yang memiliki citra yang baik di masyarakat karena semakin baiknya citra perusahaan, maka loyalitas konsumen semakin tinggi. Seiring meningkatnya loyalitas konsumen dalam waktu lama maka penjualan perusahaan akan membaik dan pada akhirnya diharapkan tingkat profitabilitas perusahaan juga meningkat. Jika perusahaan berjalan lancar, maka nilai saham perusahaan akan meningkat. Secara teoritis, suatu perusahaan dikatakan mempunyai nilai yang baik jika kinerja perusahaan juga baik. Nilai perusahaan dapat tercermin dari harga sahamnya. Apabila nilai sahamnya tinggi bisa dikatakan nilai perusahaannya juga baik.

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah yang menjadi pokok permasalahan dari penelitian ini adalah apakah pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

### Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih antara variabel independen (pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR)) dan variabel dependen (nilai perusahaan) pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Data-data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014 berjumlah 61 perusahaan. Besar sampel ditentukan dengan rumus slovin sebesar 53 perusahaan dengan menggunakan teknik random sampling. Data dianalisis dengan menggunakan regresi sederhana.

### Hasil dan Pembahasan

#### Analisis Deskriptif Statistik

Statistik deskriptif memberikan gambaran umum tentang objek penelitian yang dijadikan sampel. Penjelasan data melalui statistik deskriptif diharapkan memberikan gambaran awal tentang masalah yang diteliti. Statistik deskriptif difokuskan pada nilai maksimum, minimum, rata-rata, dan standar deviasi. Maksimum adalah nilai terbesar dari suatu rangkaian pengamatan, *mean* (rata-rata) adalah hasil penjumlahan nilai seluruh data dibagi dengan banyaknya data, sementara standar deviasi adalah akar dari jumlah kuadrat dari selisih nilai data dengan rata-rata dibagi dengan banyaknya data. Nilai mean, maksimum dan standar deviasi disajikan sebagai berikut:

Tabel 1. Deskripsi Variabel Penelitian

Deskripsi	CSR	Nilai Perusahaan
Mean	0.4075	9.1372

Deskripsi	CSR	Nilai Perusahaan
Median	0.3600	7.9000
Std. Deviation	0.1547	5.3989
Minimum	0.08	2.07
Maximum	0.84	27.03

Sumber: data diolah, 2014

Instrumen pengukuran CSR yang akan digunakan dalam penelitian ini mengacu pada instrumen yang digunakan oleh Sembiring (2005). Mengacu pada penelitian Sayekti & Wondabio (2007), penghitungan *Corporate Social Disclosure Index* (CSDI) dilakukan dengan menggunakan pendekatan dikotomi, yaitu setiap item CSR dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan. Pengungkapan CSR (*corporate responsibility*) menggunakan rasio yang diperoleh dengan membandingkan jumlah dari item yang diungkapkan dengan item yang diharapkan. Hasil penelitian menunjukkan rata-rata pengungkapan CSR (0.4075), median (0.3600), modus (0.60) dan standart deviasi (0.15473). Standar deviasi lebih kecil daripada nilai rata-rata menunjukkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan yang terdaftar di BEI memiliki fluktuasi yang kecil. pengungkapan CSR tertinggi dilakukan oleh PT. Champion Pacific Indonesia Tbk, sementara pengungkapan CSR yang paling rendah adalah PT. Pelangi Indah Canindo Tbk.

Sementara variabel nilai perusahaan menjelaskan bahwa nilai rata-rata 9.1372, nilai maksimum 27.03 dan nilai minimum 2.07 saham. Sementara standart deviasi 5.39892. nilai standart deviasi lebih kecil dari nilai rata-rata menunjukkan bahwa nilai perusahaan yang terdaftar di BEI memiliki fluktuasi yang kecil. dimiliki PT. Tembaga Mulia Semanan Tbk, nilai perusahaan tertinggi dimiliki oleh PT. Trias Sentosa Tbk.

#### Analisis Regresi

Analisis linier regresi sederhana digunakan untuk mendapat koefisien regresi yang akan menentukan apakah hipotesis yang dibuat akan diterima atau ditolak. Atas dasar hasil analisis regresi dengan tingkat signifikansi sebesar 5% diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linier sederhana

Variabel Bebas	Koefisien Regresi
Pengungkapan CSR	11.575

- Variabel terikat = Nilai Perusahaan (Y)
- Konstanta = 4.420

Sumber: Data primer diolah

Dari hasil analisis regresi linier tersebut, dapat disusun dalam bentuk persamaan regresi sebagai berikut:

$$NP = 4.420 + 11.575 X$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Konstanta ( $a$ ) = 4.420

Hal ini menunjukkan bahwa jika tidak ada pengungkapan CSR maka nilai perusahaan hanya sebesar 4.420. Hal ini menjelaskan jika adanya pengungkapan CSR maka nilai perusahaan akan meningkat sebesar 4.420 dan begitu sebaliknya.

## 2) Koefisien regresi pengungkapan CSR = 11.575

Hal ini menjelaskan bahwa dengan penambahan satu variabel CSR maka dapat mempengaruhi nilai perusahaan sebesar 11.575. Hasil ini berarti jika menambahkan variabel pengungkapan CSR maka akan diikuti dengan penambahan nilai perusahaan. Sebaliknya penurunan faktor pengungkapan CSR sebesar satu satuan akan menyebabkan penurunan nilai perusahaan.

### Uji Hipotesis

Pengujian terhadap hipotesis yang dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh nilai  $t_{hitung} = 2.511$  sedangkan signifikansi =  $0.015 < \alpha = 0,05$  dan  $df (n - k) = 51$  diperoleh nilai  $t_{tabel} = 2.007$  jadi  $t_{hitung} > t_{tabel}$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima berarti pengungkapan CSR berpengaruh secara signifikan (nyata) terhadap nilai perusahaan.

### Pembahasan

Sebagai salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dan para *stakeholders* lainnya, perusahaan seringkali terlibat dalam kegiatan CSR. Para *stakeholders* dapat memberikan apresiasi yang lebih bagi perusahaan yang terlibat dalam kegiatan CSR. Hal ini sejalan dengan *signaling theory* dimana perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui pelaporannya dengan mengirimkan signal melalui laporan tahunannya. Pengungkapan aktivitas perusahaan yang berkaitan dengan CSR merupakan salah satu cara untuk mengirimkan signal positif kepada *stakeholders* dan pasar mengenai prospek perusahaan di masa yang akan datang bahwa perusahaan memberikan guarantee atas keberlangsungan hidup perusahaan dimasa yang akan datang. Pengungkapan CSR dapat mengirimkan signal promosi atau informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain karena peduli dengan dampak ekonomi, lingkungan dan sosial dari aktivitas perusahaan.

Hasil penelitian menjelaskan jika pengungkapan CSR memiliki  $t_{hitung} = 2.511$  sedangkan signifikansi =  $0.015 < \alpha = 0,05$  dan  $df (n - k) = 51$  diperoleh nilai  $t_{tabel} = 2.007$  jadi  $t_{hitung} > t_{tabel}$  sehingga pengungkapan CSR berpengaruh secara signifikan (nyata) terhadap nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan paradigma *enlightened self-interest* yang menyatakan bahwa stabilitas dan kemakmuran ekonomi jangka panjang hanya dapat dicapai jika perusahaan melakukan tanggung jawab sosial kepada masyarakat (Hartanti, 2006 dalam Rustiarini, 2010). Menurut Rustiarini (2010) beberapa hal yang dapat menyebabkan CSR berpengaruh pada nilai perusahaan yaitu: (1) manajemen menyadari arti penting CSR sebagai investasi sosial jangka panjang,

(2) manajemen memahami bahwa tanggung jawab perusahaan tidak hanya untuk pemegang saham tetapi juga pihak-pihak lain yang berkepentingan, (3) pengungkapan CSR merupakan sinyal positif bahwa perusahaan telah menerapkan good corporate governance, (4) informasi tanggung jawab sosial perusahaan telah direspon baik oleh investor, (5) perusahaan telah melakukan pengkomunikasian pesan CSR secara tepat sehingga makna CSR dapat diterima dengan baik oleh pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Menurut Florence, et al. (2004) pengungkapan *corporate social responsibility* mencerminkan suatu pendekatan manajemen adaptive dalam menghadapi lingkungan yang dinamis dan multidimensional serta kemampuan untuk mempertemukan tekanan sosial dengan reaksi kebutuhan masyarakat. Dengan demikian, keterampilan manajemen perlu dipertimbangkan untuk survive dalam lingkungan perusahaan masa kini. Menurut Rimba (2010), pengungkapan CSR dapat meningkatkan harga saham perusahaan yang nantinya akan meningkatkan nilai perusahaan. Jadi, dapat disimpulkan bahwa pengungkapan CSR mempunyai hubungan yang positif terhadap nilai perusahaan. Semakin banyak pengungkapan CSR maka semakin tinggi pula nilai perusahaan.

### Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hal ini berarti jika tidak ada pengungkapan CSR maka akan turut serta menurunkan nilai perusahaan

### Daftar Pustaka

- Florence, Devina, Suryanto, L dan Zulaikha. 2004. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan Go Public di Bursa Efek Jakarta (BEJ)*. Jurnal Maksi Volume 4, Agustus : 161-177.
- Januarti, Indira. 2009. *Analisis Pengaruh Faktor Perusahaan, Kualitas Auditor, Kepemilikan Perusahaan terhadap Penerimaan Opini Audit Going Concern (Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia)*. Simposium Nasional Akuntansi XII (6): 1-26.
- Kusumadilaga, Rimba. 2010. *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi, UNDIP Semarang.
- McWilliams, A. dan D. Siegel. 2001. *Corporate Social Responsibility: A Theory of the Firm Perspective*. *Academy of Management Review*, 26(1): 117-127.

- Nurlela, Rika dan Islahuddin. 2008. *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel Moderating*, Simposium Nasional Akuntansi XI Pontianak.
- Rustiarini, Ni Wayan. 2010. *Pengaruh Corporate Governance pada Hubungan Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan*. Simposium Nasional Akuntansi XIII Purwokerto.
- Sayekti, Yosefa dan Sensi Wondabio, Ludovicus. 2007. *Pengaruh CSR Disclosure Terhadap Earning Response Coefficient: Suatu Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek*. Simposium Nasional Akuntansi X.
- Sugiarto. 2009. *Struktur Modal, Struktur Kepemilikan Perusahaan, Permasalahan Keagenan dan Informasi Asimetri*. Edisi Permata. Yogyakarta : Graha Ilmu.

