

PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Dhea Kamila Rasul¹, I Gusti Ketut Agung Ulupui², Ati Sumiati³

^{1,2,3} Universitas Negeri Jakarta, Indonesia

dheakaras@gmail.com¹, igka-ulupui@unj.ac.id², ati-sumiati@unj.ac.id³

ABSTRACT

The times have made the level of competition between companies increasing tightly, thus requiring every company to have the excellences to be able to compete. This competition encourages companies to create more value for the company to grow and attract investors. This study aims to conclude how Firm Value is influenced by Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosures and Company Size in basic material and energy sector companies listed in Indonesia Stock Exchange for the period 2018-2020. Using a quantitative descriptive method, and the number of samples totaling 39 companies, the data were analyzed by multiple linear regression analysis. Partially, the results of hypothesis testing are that the disclosure of Corporate Social Responsibility has a significant positive effect on firm value, meaning that the higher the level of CSR disclosure, the higher the firm value. While the size of the company has a significant negative effect on the value of the company, which means that the larger the size of the company, the value of the company decreases. Simultaneously, the disclosure of Corporate Social Responsibility and firm size have a significant effect on firm value.

Keywords: Corporate Social Responsibility, firm size, firm value, basic material, energy

ABSTRAK

Perkembangan zaman membuat tingkat persaingan antar perusahaan semakin ketat, sehingga mengharuskan setiap perusahaan untuk memiliki keunggulan untuk dapat bersaing. Persaingan tersebut mendorong perusahaan untuk menciptakan nilai (*value*) lebih bagi perusahaan agar semakin berkembang dan menarik para investor. Penelitian ini bertujuan untuk menyimpulkan bagaimana Nilai Perusahaan dipengaruhi oleh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Ukuran Perusahaan pada perusahaan sektor bahan baku dan energi yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan periode 2018-2020. Menggunakan metode deskriptif kuantitatif, dan jumlah sampel berjumlah 39 perusahaan, data dianalisis dengan analisis regresi linier berganda. Secara parsial, hasil pengujian hipotesis adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, artinya semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR maka semakin tinggi nilai perusahaan. Sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan, yang berarti semakin besar ukuran perusahaan maka nilai perusahaan semakin menurun. Secara simultan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility*, ukuran perusahaan, nilai perusahaan, bahan baku, energi

PENDAHULUAN

Perusahaan sektor bahan baku dan energi merupakan sektor yang berkontribusi cukup besar terhadap pertumbuhan ekonomi negara. Menurut data dari Badan Pusat Statistik pada 2019, nilai ekspor semen mencapai US\$283,45 juta atau naik 18,09 persen dibandingkan tahun 2018. Sedangkan, besarnya volume ekspor yakni 6,44 juta ton pada 2018 atau naik 13,26 persen menjadi 7,29 juta ton pada tahun 2019. Begitupula dengan sektor energi, dengan kekayaan tambang alam Indonesia, hampir setiap sendi kehidupan bangsa ini secara tidak langsung dipengaruhi sektor pertambangan dan industri turunannya, yang menyumbang lapangan kerja cukup banyak. Tidak mengherankan, banyak investor asing tertarik untuk menanamkan dananya di Indonesia untuk mengolah sumber daya alam (SDA), yang ditujukan memenuhi permintaan ekspor. Dampaknya, tidak sedikit daerah yang perekonomiannya tumbuh dan ditunjang oleh sektor ini.

Walaupun demikian, kedua sektor ini turut menyumbang kerusakan alam akibat aktivitas pengambilan langsung dari alam dan limbah pengolahannya. Sebagaimana yang diungkap oleh Kepala Seksi Pencegahan BPBD Banten, yang dikutip dari republika.co.id, menyebutkan bahwa terdapat empat zona industri di Banten dan semuanya menghasilkan limbah kimia. Semua industri penghasil limbah kimia tersebut merupakan pabrik pertokimia (plastik, karbon, dll). Sejumlah 78 pabrik tersebut menghasilkan pencemaran udara sangat tinggi dan tergolong limbah bahan berbahaya dan beracun (B3).

Kedua, sektor ini juga membutuhkan biaya yang besar dalam menjalankan operasi usahanya. Penilaian dan persepsi investor tentu merupakan hal penting bagi perusahaan mengingat investor merupakan salah satu sumber pendaan eksternal perusahaan.

Nilai perusahaan yang bersifat fluktuatif menjadi menarik untuk diteliti. Sektor bahan baku dan energi membutuhkan biaya yang tinggi untuk menjalankan operasinya, akan tetapi ketidakpastian akan kondisi perusahaannya pun juga sangat tinggi.

Perusahaan dalam tujuan jangka panjangnya selalu berusaha untuk meningkatkan dan mempertahankan nilai perusahaan. Optimalisasi nilai perusahaan yang merupakan tujuan perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan fungsi manajemen keuangan. Satu keputusan keuangan yang diambil akan memengaruhi keputusan lainnya dan berdampak pada nilai perusahaan. Secara normatif tujuan perusahaan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan.

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, yaitu faktor keuangan dan non keuangan (Ratnadewi & Ulupui, 2016). Faktor keuangan yang mempengaruhi nilai perusahaan salah satunya adalah ukuran perusahaan. Sedangkan dari faktor non keuangan yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah tanggung jawab sosial perusahaan.

(Kaur, 2015) mengungkapkan bahwa pelaksanaan tanggung jawab sosial oleh perusahaan merupakan sinyal positif bagi para investor, yang tentu akan menghasilkan keuntungan finansial bagi perusahaan. Karena investor cenderung tertarik dengan perusahaan yang memiliki image atau citra positif di mata masyarakat luas agar dapat memastikan keberlangsungan perusahaan tersebut. (Cheng & Christiawan, 2011) menambahkan bahwa aktivitas *Corporate Social Responsibility* dapat memberikan banyak manfaat, seperti: dapat meningkatkan citra dan daya tarik perusahaan di mata investor serta analisis keuangan

penjualan, dapat menunjukkan brand positioning, dan dapat meningkatkan penjualan dan *market share*. (Stacia & Juniarti, 2015) juga berpendapat bahwa perusahaan yang melakukan investasi pada aktivitas sosial dan lingkungan akan mendapatkan reputasi yang bagus. Perusahaan juga berpeluang untuk dapat menaikkan penjualan sehingga perusahaan dapat memberikan return yang tinggi kepada investor. Hal ini akan memberikan respon yang positif dimata investor sehingga dapat menaikkan harga saham. Apabila harga saham naik maka nilai perusahaan dimata investor juga akan meningkat.

Ukuran perusahaan juga mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan ukuran perusahaan menjadi gambaran kinerja finansial perusahaan dalam suatu periode tertentu. Ukuran perusahaan menurut (Rajagukguk, Ariesta, & Pakpahan, 2019) dapat mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran perusahaan maka semakin mudah memperoleh sumber pendanaan. Investor cenderung lebih tertarik menanamkan modalnya di perusahaan yang besar karena dianggap memiliki kondisi yang lebih stabil dan lebih mudah dalam memperoleh sumber pendanaan yang bersifat internal maupun eksternal. Menurut (Riyanto, 2008) ukuran perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya nilai ekuitas, nilai penjualan atau nilai aset. Perusahaan besar memiliki beberapa kekuatan, antara lain fasilitas untuk mengakses pendanaan (Dewi & Wirajaya, 2013) dan strategi dalam meminimalkan risiko (Chen & Chen, 2011).

Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Retno & Priantina, 2012) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Selanjutnya menurut penelitian (Nurhayati, 2013) ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh (Lestari & Wirawati, 2018) bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial dan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian di atas bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh (Stacia & Juniarti, 2015) bahwa Corporate Social Responsibility tidak signifikan berpengaruh pada nilai perusahaan. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh (Rahmawati, Topowijono, & Sulasmiyati, 2015) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian yang relevan di atas menunjukkan hasil yang berbeda. Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh dan tidak ada pengaruh antara variabel independen, yaitu pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan ukuran perusahaan terhadap variabel dependen, yaitu nilai perusahaan. Perbedaan hasil penelitian ini dianggap sebagai *research gap* sehingga diperlukan penelitian kembali mengenai pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan permaparan di atas, maka penelitian ini merumuskan masalahnya, yaitu “adakah pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan?” suatu tinjauan terhadap perusahaan bahan baku dan energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020.

TINJAUAN PUSTAKA

Nilai Perusahaan

Bagi perusahaan yang menjual sahamnya ke masyarakat (*go public*), indikator nilai perusahaan adalah harga saham yang diperjualbelikan di bursa efek. Hal ini dikarenakan peningkatan harga saham identik dengan peningkatan kemakmuran para *shareholder* dan nilai perusahaan. Akan tetapi, tidak dapat diartikan bahwa nilai perusahaan sama dengan harga saham. (Retno & Priantinah, 2012) menyatakan bahwa nilai perusahaan akan tercermin dari harga pasar sahamnya karena penilaian investor terhadap perusahaan dapat diamati melalui pergerakan harga saham perusahaan yang ditransaksikan di bursa untuk perusahaan yang sudah *go public*. Definisi lain tentang nilai perusahaan menurut (Darmaji, 2006) bahwa nilai perusahaan tercermin dari pergerakan harga sahamnya yang tercatat di bursa saham. Untuk menarik investor, nilai perusahaan harus senantiasa dipertahankan dan ditingkatkan. Seperti halnya (Harmono, 2011) yang menyatakan bahwa nilai perusahaan merupakan kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham atas permintaan dan penawaran di pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan.

Pengukuran yang dilakukan pada penelitian ini adalah rasio Tobin's Q. Pengertian Tobin's Q menurut James Tobin seperti yang dikutip dari (Haosana, 2012) adalah rasio dari nilai pasar dari aset perusahaan (yang diukur dengan nilai pasar dari nilai pasar dari saham dan hutangnya) dengan biaya penggantian dari aset perusahaan. Tobin's q dianggap sebagai rasio yang bisa memberikan informasi paling baik. Hal ini dikarenakan pengukuran kinerja dengan menggunakan tobin's q tidak hanya memberikan gambaran pada aspek fundamental saja, tetapi juga sejauh mana pasar menilai perusahaan dari berbagai aspek yang dilihat oleh pihak luar termasuk investor. Berikut adalah rumus rasio Tobin's q:

$$Tobin's\ q : \frac{MVE+Debt}{Total\ Aset}$$

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Corporate social responsibility merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan (Retno & Priantinah, 2012). (Ratnadewi & Ulupui, 2016) berpendapat bahwa *corporate social responsibility* merupakan wujud pertanggungjawaban yang dilaksanakan oleh perusahaan yang diarahkan untuk membangkitkan perekonomian masyarakat yang beriringan dengan meningkatnya kualitas hidup bagi seluruh masyarakat. Mirip halnya dengan menurut (Suhartati, Warsini, & Sixpria, 2011) *corporate social responsibility* merupakan salah satu kegiatan dari manajemen perusahaan yang sering dianggap sebagai sebuah etika bisnis. Kegiatan ini merupakan komitmen yang secara berlanjut terus dilakukan oleh perusahaan sebagai wujud tanggung jawabnya terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar.

Terdapat juga beberapa teori yang mendukung pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, diantaranya adalah teori legitimasi (*Legitimacy Theory*), Teori Stakeholder

(*Stakeholder Theory*), dan Teori Persinyalan (*Signalling Theory*). Teori legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan perusahaan terhadap masyarakat, pemerintah, individu dan kelompok masyarakat. Untuk itu, sebagai suatu bentuk bahwa perusahaan berpihak kepada masyarakat, maka operasi perusahaan harus kongruen dengan harapan masyarakat (Retno & Priantinah, 2012). Freeman (1985) dalam (Stacia & Juniarti, 2015) menyatakan bahwa *stakeholder theory* dipandang dari segi bagaimana organisasi dapat berhasil dalam lingkungan bisnis sekarang dan dimasa depan yaitu dengan memperhitungkan semua kelompok dan individu yang dapat mempengaruhi, atau yang dapat dipengaruhi oleh pencapaian tujuan organisasi. Teori sinyal membahas mengenai dorongan perusahaan untuk memberikan informasi kepada pihak eksternal. Untuk mengurangi asimetri informasi maka perusahaan harus mengungkapkan informasi yang dimiliki, baik informasi keuangan maupun non keuangan. Salah satu informasi yang wajib untuk diungkapkan oleh perusahaan adalah informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan (Retno & Priantinah, 2012).

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diatur dalam Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 (Revisi 1 Juni 2012) Paragraf kedua belas : Entitas dapat pula menyajikan terpisah dari laporan keuangan, laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap karyawan sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting. Laporan tambahan tersebut diluar ruang lingkup Standar Akuntansi Keuangan.

Ada banyak metode pengukuran pengungkapan CSR salah satunya adalah dengan menggunakan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRI) yang berdasarkan pada indikator *Global Reporting Initiative* (GRI) *Index*. Pendekatan untuk menghitung *corporate social responsibility index* (CSRI) pada umumnya menggunakan penilaian variabel dummy. Variable dummy merupakan metode pengolahan perhitungan kriteria CSR yang diterbitkan oleh GRI *Index*. Setiap item tanggung jawab sosial dalam instrumen penelitian diberi skor 1 jika diungkapkan, dan score 0 jika tidak diungkapkan (Ardiyanto & Haryanto, 2017). Rumus penghitungan CSRI adalah sebagai berikut:

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{N_j}$$

Teori legitimasi menjelaskan bahwa suatu perusahaan melakukan kegiatan usaha dengan batasan, norma, nilai sosial dan memberikan reaksi atas batasan-batasan tersebut dengan mendorong pentingnya perilaku organisasi yang memerhatikan lingkungan. Oleh karena itu, Setiawan (2014) menyatakan bahwa pengungkapan CSR dalam *annual report* perusahaan merupakan salah satu cara untuk meningkatkan citra perusahaan yang baik sehingga dapat memberikan daya tarik bagi calon investor untuk menanamkan modalnya dan membantu investor dalam pengambilan keputusan investasi. menurut Retno dan Priantinah (2012) kini investor lebih berminat pada perusahaan yang memiliki citra yang baik di masyarakat karena semakin baiknya citra perusahaan, loyalitas konsumen semakin tinggi sehingga dalam waktu lama penjualan dan profitabilitas perusahaan akan meningkat. Aksik dan Gal (2017) menyatakan Teori pemangku kepentingan menyatakan bahwa perusahaan tidak hanya beroperasi untuk dirinya sendiri tetapi harus memberikan manfaat bagi

pemangku kepentingannya. Hubungan antara CSR, kinerja perusahaan dan nilai perusahaan tidak terlepas dari adanya dukungan *stakeholders*. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H₁: Penungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan variabel yang banyak digunakan untuk menggambarkan nilai suatu perusahaan. Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang biasanya dinyatakan dengan total aktiva atau total penjualan bersih. Semakin besar total aktiva maupun penjualan maka semakin besar pula ukuran suatu perusahaan. Semakin besar aktiva maka semakin besar modal yang ditanam, sementara semakin banyak penjualan maka semakin banyak juga perputaran uang dalam perusahaan (Puspita, 2011). Menurut (Wulandari & Wiksuana, 2017), ukuran perusahaan dapat dilihat dari total asset yang dimiliki oleh perusahaan karena semakin besar aset yang dimiliki oleh suatu perusahaan maka semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut. Mirip halnya dengan yang diungkapkan oleh (Lestari & Wirawati, 2018) tentang ukuran perusahaan bahwa ukuran perusahaan dapat menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan. Semakin besar ukuran suatu perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mengalami perkembangan. Hal tersebut akan meningkatkan nilai perusahaan yang akhirnya mengundang para investor.

Untuk menilai ukuran perusahaan dapat digunakan Logaritma Natural dari total asset perusahaan. Rumus tersebut akan memperkecil perbedaan secara signifikan antara ukuran perusahaan yang terlalu besar dan perusahaan kecil sehingga total asset dapat terdistribusi normal (Wulandari & Wiksuana, 2017). Ukuran perusahaan dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Size = Ln (Total\ asset)$$

Menurut Analisa (2011), perusahaan yang besar akan cenderung memiliki kondisi yang lebih stabil, sehingga investor akan tertarik untuk membeli saham perusahaan tersebut, yang berdampak pada peningkatan harga saham perusahaan tersebut di pasar modal. Rachmawati dan Purwanti (2016) yang mengatakan bahwa perusahaan besar akan lebih mudah mendapatkan kepercayaan dari kreditor. Perusahaan yang mudah mendapatkan pendanaan akan menarik perhatian investor untuk berinvestasi. Selain itu menurut Prasetyorini (2013) Ukuran perusahaan turut menentukan tingkat kepercayaan investor karena semakin besar sebuah perusahaan, maka semakin dikenal oleh masyarakat yang artinya semakin mudah untuk mendapatkan informasi yang akan meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H₂: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, kuantitatif dengan objek penelitian ini adalah perusahaan sektor bahan baku dan energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020. Sampel penelitian menggunakan *random sampling* dan di dapatkan 39 perusahaan bahan baku dan energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Teknik analisis data yaitu analisis deskriptif, analisis regresi linear berganda, uji

normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji hipotesis secara parsial dan simultan.

HASIL PENELITIAN

Deskriptif Statistik

Pengujian awal dilakukan dengan analisis deskriptif data, bertujuan agar dapat memberikan gambaran mengenai data yang diteliti dan mudah dipahami. Berikut hasil analisis deskriptif:

Tabel 1
Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	39	,07	,36	,1851	,08663
Ukuran Perusahaan	39	26,41	33,21	29,9285	1,83838
Nilai Perusahaan	39	,69	2,03	1,2426	,31890
Valid N (listwise)	39				

Sumber: Data diolah, 2021

Dari Tabel 1 dapat ditemukan bahwa nilai rata-rata variabel nilai perusahaan yang memiliki pengertian bahwa rata-rata respon yang diberikan investor terhadap perubahan yang terjadi pada nilai perusahaan sampel adalah positif dengan nilai rata-rata sebesar 1,2426, dengan standar deviasi sebesar 0,31890 menunjukkan besarnya variasi pada nilai perusahaan. Nilai minimal sebesar 0,69 dan nilai maksimal sebesar 2,03. Nilai rata-rata variable CSR sebesar 0,1851 menunjukkan rata-rata pengungkapan CSR yang diperoleh oleh perusahaan sampel, dengan standar deviasi sebesar 0,08663. Nilai minimal CSR sebesar 0,07 dan nilai maksimal sebesar 0,36. Nilai rata-rata variabel ukuran perusahaan memiliki pengertian bahwa rata-rata besarnya ukuran perusahaan sampel sebesar 29,9285 dengan standar deviasi sebesar 1,83838. Nilai minimal sebesar 26,41 dan nilai maksimal sebesar 33,21.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 2
Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,902	,718		5,431	,000
	CSR	1,336	,524	,363	2,552	,015
	Ukuran Perusahaan	-,097	,025	-,560	-3,935	,000

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan hasil analisis regresi yang disajikan pada tabel, maka dapat dituliskan model regresi sebagai berikut:

$$Y = 3,902 + 1,336X_1 - 0,097X_2$$

Persamaan ini menggambarkan nilai konstanta sebesar 3,902 memiliki arti apabila semua variabel independen konstan, maka besarnya nilai perusahaan akan sebesar 3,902. Nilai koefisien regresi CSRI memiliki arti apabila nilai CSRI meningkat 1% maka nilai nilai perusahaan meningkat sebesar 1,336. Nilai koefisien regresi Ln(TA) memiliki arti apabila Ln(TA) meningkat 1% maka nilai perusahaan menurun sebesar -0,097.

Penelitian ini telah lulus uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Sehingga langkah selanjutnya adalah melakukan uji hipotesis secara parsial dan simultan, serta uji koefisien determinasi.

Uji statistik t dilakukan guna untuk mengetahui apakah hasil dari analisis regresi linear berganda dari setiap variabel berpengaruh atau tidak serta untuk mengetahui seberapa signifikan pengaruh antar variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 3
Uji Parsial (Uji-t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,902	,718		5,431	,000
	CSR	1,336	,524	,363	2,552	,015
	Ukuran Perusahaan	-,097	,025	-,560	-3,935	,000

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan table 3 diatas, diuraikan pembahasan masing – masing pengujian hipotesis sebagai berikut ini :

Pengujian hipotesis pertama yaitu apakah pengungkapan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil dari uji t, dapat dilihat bahwa t hitung untuk variabel CSR sebesar 2,552. Nilai signifikan 0,05 dengan df dengan $df = n - k - 1$ atau $39 - 2 - 1 = 36$, maka didapatkan t tabel sebesar 1,68830. Nilai signifikansi CSR yang diprosikan dengan CSRI yaitu $0,015 < 0,05$ dan nilai t hitung $> t$ tabel $2,552 > 1,68830$) maka hipotesis pertama dapat diterima. Kesimpulan yang didapat adalah terdapat pengaruh yang signifikan antara CSR dan nilai perusahaan

Pengujian hipotesis kedua yaitu apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil dari uji t, dapat dilihat bahwa t hitung untuk variabel ukuran perusahaan sebesar -3,935. Nilai signifikan 0,05 dengan df dengan $df = n - k - 1$ atau $39 - 2 - 1 = 36$, maka didapatkan t tabel sebesar 1,68830. Nilai signifikansi ukuran perusahaan yang diprosikan dengan Ln(TA) yaitu $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $> t$ tabel $|-3,935| > 1,68830$)

maka hipotesis dapat diterima. Kesimpulan yang didapat adalah terdapat pengaruh yang signifikan antara ukuran perusahaan dan nilai perusahaan.

Uji F

Uji f atau uji kelayakan model adalah uji analisis regresi linear berganda yang dilakukan guna untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen atau tidak, serta untuk mengetahui seberapa signifikan pengaruh seluruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4
Uji Kelayakan Model (Uji-F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1,275	2	,638	8,864	,001 ^b
	Residual	2,589	36	,072		
	Total	3,865	38			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, CSR

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel perhitungan diatas menunjukkan nilai signifikansi 0,001 dan F hitung yaitu 8,864. Nilai F tabel diperoleh dari tabel distribusi F dengan signifikansi 0,05, variabel bebas (k) 2, dan $n-k = 39-2 = 37$. Dengan F tabel (2;37) diperoleh angka 3,25. Kesimpulan yang didapat adalah nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ dan $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ ($8,864 > 3,25$) maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara CSR dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

PEMBAHASAN

Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis yang dilakukan secara parsial pada variabel CSR yang dicerminkan dengan proksi CSRI memberikan hasil bahwa variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Maka hipotesis pertama yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara CSR terhadap nilai perusahaan diterima. Hasil regresi menunjukkan nilai t hitung positif yang artinya apabila tingkat CSR perusahaan meningkat maka nilai perusahaan akan cenderung meningkat.

Perusahaan yang baik adalah perusahaan yang bukan hanya memperhatikan kepentingan perusahaan dan investornya, akan tetapi juga memperhatikan keseimbangan dan kesejahteraan lingkungan dan pemangku kepentingan lainnya. Pengungkapan CSR yang lebih luas menandakan perusahaan memiliki perhatian terhadap aspek-aspek social dan lingkungannya. Kondisi yang demikian akan menjadi perhatian masyarakat sebagai calon investor dan pihak-pihak lainnya. Pada masa kini, yang mana didukung dengan adanya program global *Sustainable Development Goals* (SDGs), CSR juga nampaknya akan menarik

mina investor sehingga akan terjadi reaksi positif dari investor yang akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini sesuai dengan teori bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*-nya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Abdullah, Syariati, & Hamid, 2017) yang menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh (Bawafi & Prasetyo, 2015) dan penelitian yang dilakukan oleh (Setiawati & Lim, 2018) yang juga turut menyatakan bahwa pengungkapan tanggungjawab social memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Akan tetapi, penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Putri & Mardenia, 2019) dan (Stacia & Juniarti, 2015). Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dan penelitian terdahulu yang sejalan maka dapat disimpulkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis yang dilakukan secara parsial pada variabel ukuran perusahaan yang dicerminkan dengan proksi Logaritma natural total asset memberikan hasil bahwa variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Maka hipotesis kedua yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan diterima. Hasil regresi di atas menunjukkan nilai t hitung yang negatif, artinya apabila tingkat ukuran perusahaan meningkat maka kemungkinan besar tingkat nilai perusahaan akan menurun.

Perusahaan yang baik akan memanfaatkan asetnya secara efektif. Perusahaan dengan jumlah asset besar, akan tetapi tidak mampu memanfaatkannya dengan efektif akan menimbulkan penimbunan asset. Penurunan nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh kinerja perusahaan yang kurang efektif. Penurunan nilai tersebut juga terjadi karena adanya anggapan bahwa semakin besar perusahaan, semakin banyak juga pendanaan yang dibutuhkan untuk membiayai kegiatan operasional dalam bentuk utang yang dilakukan. Hal itu menyebabkan risiko semakin besar sehingga akan menurunkan nilai perusahaan di mata investor. Selain itu, Hal ini bisa dikarenakan para investor tidak memperhatikan factor ukuran perusahaan dan lebih mementingkan informasi baik yang lain yang dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Prastuti & Sudiartha, 2016) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Oktaviani, Rosmaniar, & Hadi, 2019) memperkuat pernyataan di atas. Hasil penelitian lainnya juga dilakukan oleh (Safarida, 2017) yang dalam penelitiannya menunjukkan secara parsial ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini tidak konsisten dengan (Wahyudi, Chuzaimah, & Sugiarti, 2016) dan (Rahmawati et al., 2015) yang hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa ukuran

perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dan penelitian terdahulu yang sejalan maka dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan..

Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan perhitungan uji koefisien regresi secara bersama-sama (uji F) dapat disimpulkan H_0 ditolak. Maka, hipotesis ketiga diterima dan dapat disimpulkan pengungkapan CSR dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil pengujian variabel CSR dan ukuran perusahaan secara simultan menjelaskan bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, yaitu terdapat pengaruh antara CSR dan ukuran perusahaan secara bersama-sama terhadap nilai perusahaan dapat diterima. Berdasarkan hasil pengolahan data, dapat dilihat bahwa nilai korelasi ganda (R) sebesar 0,574. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang tergolong kuat yakni sebesar 57% antara variabel CSR dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Sementara hasil pengolahan data R square yang dilakukan menghasilkan nilai sebesar 0,330. Angka ini menunjukkan bahwa CSR dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebesar 0,330 atau 33%. Hal ini menunjukkan besarnya pengaruh kedua variabel bebas yaitu CSR dan ukuran perusahaan adalah 33% dan sisanya 67% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Pristianingrum, 2017). Secara simultan atau Uji F, menunjukkan bahwa variabel CSR dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap nilai perusahaan dengan nilai probabilitas signifikan 0,004 kurang dari 5% atau 0,05 dan nilai F_{hitung} sebesar 5,105. Selanjutnya hasil penelitian relevan lainnya yang sejalan dengan penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh (Rahma, Makhdalena, & Trisnawati, 2018) dan penelitian lainnya yang dilakukan oleh (Setiawati & Lim, 2018) dalam penelitiannya menunjukkan secara simultan CSR dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini tidak konsisten dengan (Lovianda & Ibrahim, 2018) yang menurut hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa CSR dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dan penelitian terdahulu yang sejalan maka dapat disimpulkan bahwa CSR dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan..

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil uji hipotesis, maka dapat disimpulkan bahwa, secara simultan variable pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan ukuran perusahaan terdapat pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara parsial, terdapat pengaruh positif signifikan pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, untuk variable ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Bagi manajemen perusahaan sebaiknya agar tetap melakukan program tanggungjawab social sesuai dengan ranah perusahaan, lingkungan tempat perusahaan beroperasi dan kebutuhan para pemangku kepentingannya. Manajemen perusahaan juga disarankan agar dapat mengelola asset secara efektif terutama asset tetap agar tidak terjadi beban depresiasi.

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan menggunakan sektor perusahaan lain atau menambah sampel, dan menambah variabel-variabel keuangan independent penelitian seperti leverage, likuiditas, profitabilitas serta variabel lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

Bagi calon investor diharapkan lebih cermat dalam menginvestasikan modalnya ke perusahaan dan lebih memperhatikan pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan sebagai salah satu factor dalam mengambil keputusan berinvestasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, W., Syariati, A., & Hamid, R. (2017). PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR), UKURAN PERUSAHAAN DAN INTEREST BASED DEBT (IBD) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI JAKARTA ISLAMIC INDEX PERIODE 2010-2016. *Jurnal Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 4(2), 122.
- Ardiyanto, T., & Haryanto. (2017). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Accounting*, 6(4), 1–15.
- Bawafi, M. H., & Prasetyo, A. (2015). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Reviu Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 721–729. <https://doi.org/10.35129/ajar.v3i02.134>
- Chen, L. J., & Chen, S. Y. (2011). The influence of profitability on firm value with capital structure as the mediator and firm size and industry as moderators. *Investment Management and Financial Innovations*, 8(3), 121–129.
- Cheng, M., & Christiawan, Y. J. (2011). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Abnormal Return. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 13(1). <https://doi.org/10.9744/jak.13.1.24-36>
- Darmaji, T. (2006). *Strategi Bisnis: 60 Cara Cerdas Mengelola dan Mengembangkan Perusahaan*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Dewi, A. S. M., & Wirajaya, A. (2013). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 4(2), 358–372.
- Haosana, C. (2012). PENGARUH RETURN ON ASSET DAN TOBIN'S Q TERHADAP VOLUME PERDAGANGAN SAHAM PADA PERUSAHAAN RETAIL YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (Universitas Hasanuddin). Retrieved from <https://core.ac.uk/download/pdf/25487464.pdf>
- Harmono. (2011). *Manajemen Keuangan Berbasis Balanced Scorecard Pendekatan Teori, Kasus, dan Riset Bisnis* (1st ed.). Jakarta: Bumi Aksara.
- Kaur, B. (2015). *Impact of Corporate Social Responsibility on the Performance of the Companies*. 01(02), 192–195.

- Lestari, N. S., & Wirawati, N. G. P. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan dengan GCG Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 23(2), 1386–1414. <https://doi.org/10.24843/EJA.2018.v23.i02.p22>
- Lovianda, R. J., & Ibrahim, M. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Pertambangan Sub Sektor Minyak dan Gas Bumi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). *JOM FISIP*, 5(9), 1689–1699.
- Nurhayati, M. (2013). Profitabilitas, likuiditas dan ukuran perusahaan pengaruhnya terhadap kebijakan dividen dan nilai perusahaan sektor non jasa. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 5(2), 144–153.
- Oktaviani, M., Rosmaniar, A., & Hadi, S. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan (Size) Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 16(1). <https://doi.org/10.30651/blc.v16i1.2457>
- Prastuti, N. R., & Sudiarta, I. M. (2016). Pengaruh Struktur Modal, Kebijakan Dividen, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(3).
- Pristianingrum, N. (2017). Pengaruh Ukuran, Profitabilitas, dan Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Dan Call For Paper Ekonomi Dan Bisnis (SNAPER-EBIS 2017)*, 353–365.
- Puspita, N. S. (2011). Analisis Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2007-2009 (Studi Kasus Pada Sektor Industri Food And Bevera. *Universitas Diponegoro*, 1–68.
- Putri, K. A. T., & Mardenia, L. (2019). Pengaruh Gcg, Csr, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Wahana Akuntansi*, 14(2), 156–169. <https://doi.org/10.21009/wahana.14024>
- Rahma, D. A., Makhdalena, & Trisnawati, F. (2018). Pengaruh CSR, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Riau*, 1–13. Retrieved from <https://www.neliti.com/id/publications/204932/pengaruh-csr-profitabilitas-ukuran-perusahaan-dan-leverage-terhadap-nilai-perusa>
- Rahmawati, A. D., Topowijono, & Sulasmiyati, S. (2015). PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, STRUKTUR MODAL, DAN KEPUTUSAN INVESTASI TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi pada Perusahaan Sektor Properti, Real Estate, dan Building Construction yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2010-2013). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 23(2), 85999.
- Rajagukguk, L., Ariesta, V., & Pakpahan, Y. (2019). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Keputusan Investasi, dan Kebijakan Utang Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 77. <https://doi.org/10.33603/jibm.v3i1.2079>
- Ratnadewi, P., & Ulupui, I. (2016). Mekanisme Corporate Governance Sebagai Variabel Pemoderasi Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Nilai

Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 14(1), 548–574.

- Retno, R. D., & Priantinah, D. (2012). Pengaruh Good Corporate Governance Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2007-2010). *Jurnal Nominal*, 1(1), 84–103.
<https://doi.org/10.17509/jpak.v2i2.15464>
- Riyanto, B. (2008). *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Yogyakarta: BPFE.
- Safarida, E. (2017). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Di Indonesia. *Jurnal ASET (Akuntansi Riset)*, 3(2), 552.
<https://doi.org/10.17509/jaset.v3i2.8918>
- Setiawati, L. W., & Lim, M. (2018). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Pengungkapan Sosial Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015. *Jurnal Akuntansi*, 12(1), 29–57. <https://doi.org/10.25170/jara.v12i1.57>
- Stacia, E., & Juniarti. (2015). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan di Sektor Pertambangan. *Business Accounting Review*, 3(2), 81–90.
- Suhartati, T., Warsini, S., & Sixpria, N. (2011). *PENGARUH PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL DAN PRAKTIK TATA KELOLA PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN*. 10(2), 95–105.
- Wahyudi, H. D., Chuzaimah, C., & Sugiarti, D. (2016). PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, KEBIJAKAN DEVIDEN, DAN KEPUTUSAN INVESTASI TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Penggunaan Indeks LQ-45 Periode 2010 -2014). *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 156.
<https://doi.org/10.23917/benefit.v1i2.3259>
- Wulandari, N., & Wiksuana, I. (2017). Peranan Corporate Social Responsibility Dalam Memoderasi Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(3), 255186.