

PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN INDUSTRI DASAR DAN KIMIA YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2013-2016

**JOANA L. SARAGIH¹
TRIASNI L. PURBA²**

^{1,2}Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas

¹E-mail : saragihjoana@yahoo.co.id

²E-mail : triasni.puba@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan secara empiris pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan industri dasar dan kimia yang terdaftar di bursa efek indonesia (BEI) tahun 2013-2016. Populasi dalam penelitian ini adalah 69 perusahaan industri dasar dan kimia. Teknik pengambilan sampel adalah dengan cara *purposive sampling* sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan, sehingga diperoleh 15 perusahaan sampel dengan periode penelitian selama 4 tahun, sehingga jumlah seluruh sampel 60, data diperoleh www.idx.co.id dari tahun 2013 sampai tahun 2016. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier sederhana dengan tingkat signifikansi yang dipergunakan adalah 5% dan untuk pengujian hipotesis digunakan uji t. Hasil uji statistic terbukti bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan yang diproksikan dengan *Tobin's Q* dimana nilai t-hitung 2,260 > nilai-tabel 2,002 dan nilai signifikansi 0,028 < 0,05. Hasil uji koefisien determinasi (r^2) adjusted R square menunjukkan bahwa besarnya pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan yang diproksikan dengan *Tobin's Q* sebesar 6,5% dan sisanya 93,5% dipengaruhi oleh faktor lain. Saran yang diberikan kepada peneliti selanjutnya hendaknya menambah tahun penelitian, sampel penelitian dan variabel lain yang mempengaruhi nilai perusahaan.

Kata kunci : Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Nilai Perusahaan

PENDAHULUAN

Pada era Globalisasi ini, masyarakat semakin cermat dalam menilai dampak sosial yang ditimbulkan perusahaan dari proses produksinya. Hal ini menimbulkan tuntutan kepada perusahaan agar memperhatikan dampak sosial yang timbul dan bagaimana mengatasinya. Tanggung jawab sosial perusahaan tidak hanya sebatas peduli lingkungan saja, tetapi juga kepada seluruh pemangku kepentingan diantaranya karyawan, pelanggan, kreditor, pemegang saham, dan komunitas.

Corporate Sosial Responsibility adalah gagasan yang membuat perusahaan tidak hanya bertanggungjawab dalam hal keuangannya saja, tetapi terhadap masalah sosial dan lingkungan sekitar perusahaan agar perusahaan dapat tumbuh secara berkelanjutan. Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) merujuk pada semua hubungan yang terjadi dengan semua *stakeholders*, termasuk di dalamnya adalah pelanggan atau *customers*, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, pemerintah, supplier bahkan juga kompetitor. *Global Compact Initiative* menyebut pemahaman ini dengan 3P (*profit, plane dan planet*), yaitu tujuan bisnis tidak hanya mencari laba (*profit*), tetapi juga mensejahterakan orang (*people*), dan menjamin keberlanjutan hidup planet ini.

Menurut Kusumadilaga (2010) tanggung jawab perusahaan tidak lagi berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangan (*financial*) saja, tetapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines* yang mencakup aspek keuangan, sosial dan lingkungan. Hal ini karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*). Oleh karena itu, CSR mempunyai peran yang penting dalam meningkatkan nilai perusahaan sebagai hasil dari peningkatan penjualan perusahaan dengan cara melakukan berbagai aktivitas sosial di lingkungan sekitarnya. Tujuan didirikannya suatu perusahaan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan dapat menggambarkan keadaan perusahaan, apabila suatu perusahaan memiliki nilai yang baik maka baik pula kinerja keuangannya dan dapat meningkatkan kemakmuran bagi para pemegang saham, sehingga para pemegang saham akan menginvestasikan modalnya kepada perusahaan tersebut.

Nilai perusahaan merupakan gambaran keadaan suatu perusahaan dalam keadaan baik atau tidak tercermin dari peningkatan atau penurunan harga saham. Nilai perusahaan yang baik menggambarkan bahwa tingkat kemakmuran pemegang saham juga baik sehingga dapat menjadi daya tarik para investor untuk melakukan kegiatan investasi. Selain itu, para investor juga percaya bahwa dengan nilai perusahaan yang baik maka perusahaan memiliki kinerja yang baik untuk prospek perusahaan di masa yang akan datang. Oleh karena itu, kemakmuran pemegang saham sangat penting dalam meningkatkan nilai perusahaan. Indikator yang digunakan peneliti untuk mengukur nilai perusahaan adalah Tobin's Q.

Tobin's Q merupakan salah satu rasio yang paling rasional dan dinilai mampu memberikan informasi tentang nilai pasar suatu perusahaan yang baik karena rasio ini bisa menjelaskan berbagai fenomena dalam kegiatan perusahaan. Tobin's Q dihitung dengan membandingkan nilai pasar saham yang beredar suatu perusahaan dengan nilai buku ekuitas. Selain itu, Tobin's Q juga memasukkan semua unsur hutang dan modal saham perusahaan, tidak hanya ekuitas perusahaan yang dimasukkan namun seluruh aset perusahaan, Weston dan Copeland (2001)

Perusahaan dalam perkembangannya akan selalu berusaha untuk mempertahankan keunggulan bisnisnya dalam meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran bagi pemegang saham secara maksimum apabila harga saham meningkat. Semakin tinggi harga saham perusahaan, maka semakin tinggi pula kemakmuran pemegang saham. *Enterprise Value* (EV) atau dikenal juga sebagai *firm value* (nilai perusahaan) merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan.

Kegiatan CSR merupakan investasi bagi perusahaan demi pertumbuhan dan keberlanjutan perusahaan serta sarana meraih keuntungan. Makin banyak kegiatan CSR yang dilaksanakan oleh perusahaan akan makin memberikan dampak positif bagi perkembangan perusahaan, hal ini dikarenakan perusahaan dapat menjalin kerjasama dengan masyarakat sehingga kegiatan usaha yang dijalankan oleh perusahaan selalu mendapat dukungan dari masyarakat, pada akhirnya kegiatan CSR dapat memberikan nilai positif bagi perusahaan.

Penilaian positif terhadap perusahaan dari masyarakat sangat dibutuhkan karena perusahaan melakukan kegiatan usahanya tidak bersifat jangka pendek akan tetapi bersifat jangka panjang. Penilaian positif dari masyarakat dapat berdampak besar terhadap nilai perusahaan dimana nilai perusahaan ini bisa diartikan secara luas misalnya peningkatan penjualan, peningkatan laba, kenaikan harga saham perusahaan, kesejahteraan pekerja meningkat, dan nilai-nilai perusahaan lainnya.

Beberapa peneliti terdahulu telah membuktikan pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan seperti Djoko Suhardjanto (2010), dalam penelitiannya yang berjudul *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure* terhadap nilai perusahaan (studi empiris di bursa efek Indonesia) pada penelitian ini Nilai perusahaan diukur dengan

menggunakan MVE dan Tobin's Q Penelitian ini juga menggunakan jenis industri. Data didapat dari laporan-laporan tahunan perusahaan-perusahaan yang terdaftar di IDX di tahun 2008. Berdasarkan metode sampling acak proporsional, 100 perusahaan digunakan. Hasil dari penelitian ini mengindikasikan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi oleh CSR disclosure di tahun itu dan setahun setelah disclosure Implikasinya perusahaan harus lebih perhatian dalam melaporkan aktivitas-aktivitas CSR mereka karena aktivitas-aktivitas ini dapat mempengaruhi nilai bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, yang berarti bahwa semakin luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian lainnya dilakukan oleh Phooja Pratiwi (2017) yang berjudul pengaruh Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan (studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2015 hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian lainnya dilakukan oleh Yumi Susanti (2016) yang berjudul analisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan pada PT. Aneka Tambang, Tbk Penelitian ini menggunakan data laporan tahunan perusahaan PT. Aneka Tambang, Tbk tahun 2010-2014 hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan artinya CSR berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan adanya ketidakkonsistenan penelitian-penelitian terdahulu mengenai pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan.

Menurut Andreas Lako (2011), CSR berpengaruh positif terhadap perusahaan. Pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan digunakan sebagai bahan pertimbangan oleh para investor ketika akan melakukan kegiatan investasi. Perusahaan yang berinvestasi pada CSR akan mendapatkan citra positif, sehingga akan mendapatkan banyak kemudahan dari para *stakeholder* dalam akses ekonomi, pasar dan bisnis dalam jangka panjang. CSR meningkatkan nilai pasar saham perusahaan, nilai pasar yang dimaksud adalah nilai pasar saham bagi perusahaan *go public*. perusahaan yang peduli dan mengungkapkan informasi CSR memberi sinyal positif ke pasar bahwa perusahaan itu memiliki resiko yang rendah, punya prospek yang bagus dan memiliki *business life cycle* (BLC) yang pasti dan berkelanjutan. Pelaku pasar akan mengapresiasi harga saham dari perusahaan yang peduli CSR. Semakin besar kepedulian

perusahaan pada CSR maka semakin besar pula apresiasi pasar terhadap harga saham tersebut. Phooja Pratiwi (2017) yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa perusahaan dengan item CSR yang semakin meningkat tetapi nilai perusahaan semakin menurun bahwa kenaikan item pengungkapan CSR tidak selalu diikuti dengan kenaikan nilai perusahaan. Hasil data yang diperoleh berpengaruh negatif.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah yang akan dibahas oleh peneliti adalah apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2016?

TINJAUAN TEORETIS

Teori stakeholder

Stakeholders theory adalah teori yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, tetapi juga harus memberikan manfaat kepada seluruh *stakeholders*-nya. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholders* kepada perusahaan tersebut Ghozali Imam (2006). *Stakeholders* pada dasarnya dapat mengendalikan atau memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pemakaian sumber-sumber ekonomi yang digunakan perusahaan.

Apabila CSR dilakukan dengan baik maka nilai perusahaan pun akan meningkat. Hal ini disebabkan karena para stakeholder telah percaya terhadap perusahaan yang menjalankan CSR, bahwa perusahaan yang menjalankan CSR merupakan perusahaan yang peduli akan masalah lingkungan dan sosial yang ada sehingga nantinya para stakeholder akan memberikan dukungan penuh atas segala tindakan yang dilakukan perusahaan selama tidak melanggar hukum.

Teori sinyal

Teori sinyal menjelaskan mengapa perusahaan memiliki dorongan untuk memberikan laporan keuangan kepada pihak eksternal. Dorongan perusahaan untuk memberikan informasi adalah karena terdapat asimetri informasi antara manajemen perusahaan dan pihak luar (investor)

Asimetri informasi dapat terjadi apabila salah satu pihak memiliki sinyal informasi yang lebih lengkap dari pihak lain. Asimetri informasi terjadi jika manajemen tidak menyampaikan semua informasi yang diperoleh secara penuh sehingga mempengaruhi nilai perusahaan yang terefleksi pada perubahan harga saham karena pasar akan merespon informasi yang ada sebagai sinyal.

Andreas Lako (2011:114) CSR meningkatkan nilai perusahaan. Hipotesis itu didasarkan pada prediksi teori sinyal. Teori sinyal menyatakan bahwa perusahaan yang peduli dan mengungkapkan informasi CSR member sinyal positif ke pasar bahwa perusahaan itu memiliki risiko yang rendah, punya prospek yang bagus dan memiliki *business life cycle* (BLC) yang pasti dan berkelanjutan. Pelaku pasar akan mengapresiasi harga saham dari perusahaan yang peduli CSR. Semakin besar kepedulian perusahaan pada CSR maka semakin besar pula apresiasi pasar terhadap harga saham perusahaan tersebut.

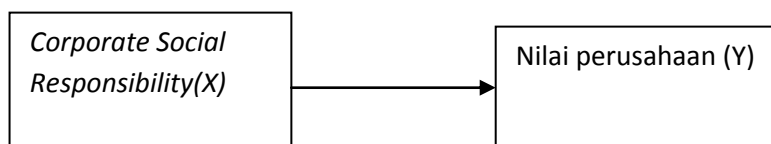
Teori legitimasi

Teori lain yang melandasi CSR adalah teori legitimasi. Teori legitimasi merupakan perspektif teori yang berada dalam kerangka teori ekonomi politik. Karena pengaruh masyarakat luas dapat menentukan alokasi sumber keuangan dan sumber ekonomi lainnya, perusahaan menentukan alokasi sumber keuangan dan ekonomi lainnya, informasi lingkungan untuk membenarkan atau melegitimasi aktivitas perusahaan di mata masyarakat.

Legitimasi dapat memberikan mekanisme yang kuat untuk memahami pengungkapan wajib untuk lingkungan dan sosial yang dilakukan oleh perusahaan, dan pemahaman ini yang nantinya akan mengarah ke debat public yang kritis, lebih jauh lagi teori legitimasi menunjukkan kepada peneliti dan masyarakat luas jalan untuk lebih peka terhadap isi pengungkapan perusahaan.

Praktek *corporate social responsibility* (CSR) yang dilakukan perusahaan bertujuan untuk menyelaraskan diri dengan norma masyarakat. Dengan adanya pengungkapan CSR yang baik, maka diharapkan perusahaan akan mendapat legitimasi dari masyarakat sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan yang bertujuan untuk pencapaian keuntungan perusahaan.

Kerangka berpikir



Hipotesis

Corporate social responsibility (CSR) berkaitan dengan citra perusahaan di mata investor dan masyarakat. Perusahaan melakukan pertanggungjawaban secara maksimal maka citra perusahaan tersebut akan semakin membaik. Banyaknya item pengungkapan sosial yang diungkapkan bila diiringi dengan semakin baiknya kualitas pengungkapan akan menyebabkan peningkatan pada nilai perusahaan, Ratnadewi (2016). Investor sudah mulai merespon dengan baik informasi-informasi sosial yang disampaikan perusahaan dalam laporan tahunan. Luasnya pengungkapan social dalam laporan tahunan perusahaan memberikan pengaruh terhadap meningkatnya nilai perusahaan.

Hal ini sesuai dengan teori *stakeholder* yang menyatakan perusahaan merupakan entitas yang beroperasi bukan hanya untuk kepentingan perusahaan itu sendiri melainkan memberikan manfaat kepada *stakeholder*-nya oleh sebab itu, dukungan dari *stakeholder* sangat mempengaruhi keberadaan suatu perusahaan dan teori legitimasi yang menyatakan bahwa perusahaan melaksanakan mengungkapkan aktivitas *corporate social responsibility* (CSR) semaksimal mungkin agar aktivitas perusahaan diterima oleh masyarakat serta perusahaan dimata *stakeholder* merupakan factor signifikan untuk mendukung citra dan reputasi perusahaan dimata *stakeholder* Hadi, (2011). Hal tersebut didukung dari hasil penelitian yang dilakukan Phooja Pratiwi (2017) yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan di atas dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

Hipotesis : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan industry dasar dan kimia terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2013-2016.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah sekelompok orang, kajian atau sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 69 perusahaan industri dasar dan kimia yang terdaftar di bursa terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2016.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sedangkan ukuran sampel merupakan satu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan suatu penelitian.

Operasionalisasi Variabel

1. Nilai Perusahaan (Y)

Pengukuran nilai perusahaan menggunakan Tobin's Q. Jika Tobin's Q di atas satu, menunjukkan bahwa investasi dalam aset menghasilkan laba yang memberikan nilai yang lebih tinggi, hal ini akan merangsang investasi baru, namun jika Tobin's Q di bawah satu adalah sebaliknya. Tobin's Q dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Tobin's Q} = \frac{EMV+D}{EBV+D}$$

Keterangan :

Q = Nilai Perusahaan

EMV = Nilai Pasar Ekuitas / *Equity Market Value* (closing price x jumlah saham yang beredar)

EBV = Nilai buku dari ekuitas / *Equity Book Value* (selisih total aset perusahaan

dengan total kewajiban)

D = Nilai buku dari total utang.

2. Corporate Social Responsibility (X)

Tingkat pengungkapan CSR pada laporan tahunan perusahaan yang dinyatakan dalam *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI) yang akan dinilai dengan membandingkan jumlah pengungkapan yang dilakukan perusahaan dengan yang disyaratkan oleh GRI dengan jumlah pengungkapan yang meliputi : lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan kerja, lain-lain tentang tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat dan umum.

Rumus penghitungan Index Luas Pengungkapan CSR (CSRI) sebagai beriku: Hanifa dalam Rawi dan Muchlish(2010).

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

Keterangan :

CSRj = Corporate Social Responsibility perusahaan j

$\sum X_{ij}$ = Jumlah item yang diungkapkan perusahaan j

nij = Jumlah keseluruhan item pengungkapan tanggung jawab social perusahaan

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan teknik dokumentasi, dilakukan dengan mengumpulkan data yang diperoleh dari perusahaan industri dasar dan kimia yang sudah diolah sebelumnya berupa laporan tahunan yang terdapat di Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id).

Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana. Teknik analisis linier sederhana berguna untuk menguji pengaruh satu variabel independen terhadap satu variabel dependen. Untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen digunakan model sebagai berikut :

$$Y = a + bx + e$$

Keterangan :

Y : Nilai perusahaan

x : Corporate social Responsibility Indeks

a : Konstanta

b : koefisien Regresi

e : Disturbance Error

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Statistik Deskriptif

Tabel : Analisis Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	60	.0380	.3797	.146622	.0753477
NILAI PERUSAHAAN	60	.5021	4.5248	1.280560	.8367156
Valid N (listwise)	60				

Sumber : Data Diolah 2018

Berdasarkan tabel diatas, CSR perusahaan memiliki rata-rata sebesar 0,1466 dan standard deviasi atau penyimpangan sebesar 0,07. Perusahaan yang mengungkapkan CSR paling tinggi adalah PT.Asahimas Flat Glass Tbk pada tahun 2016 yakni 30 item pengungkapan dari 79 item yang mungkin dipenuhi perusahaan. Indeks pengungkapan CSR PT. Asahimas Flat Glass Tbk pada tahun 2016 sebesar 0,3797 atau 37,97% dari jumlah yang mungkin dipenuhi perusahaan. Sedangkan perusahaan yang paling rendah mengungkapkan CSR adalah PT. Tunas Alfin Tbk pada tahun 2013 yakni 3 item pengungkapan dari 79 item yang mungkin dipenuhi perusahaan. Indeks pengungkapan CSR PT.Tunas Alfin Tbk pada tahun 2013 sebesar 0,0380 atau 3,79% dari 79 item CSR yang dapat dilakukan perusahaan.

Nilai Perusahaan memiliki rata rata sebesar 1,2805. Perusahaan dengan nilai tertinggi adalah PT. Tunas Alfin Tbk pada tahun 2013 yakni sebesar 4,5248 (452,48%) sedangkan perusahaan dengan nilai terendah adalah PT. Budi Strach Sweetener Tbk pada tahun 2013 yakni sebesar 0,5021 (50,21%) dan standard deviasi atau penyimpangan sebesar 0,83.

2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

**Tabel :Hasil Koefisien Determinasi nilai perusahaan
Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.284 ^a	.081	.065	.52550	2.429

a. Predictors: (Constant), CSR

b. Dependent Variable: NILAIPERUSAHAAN

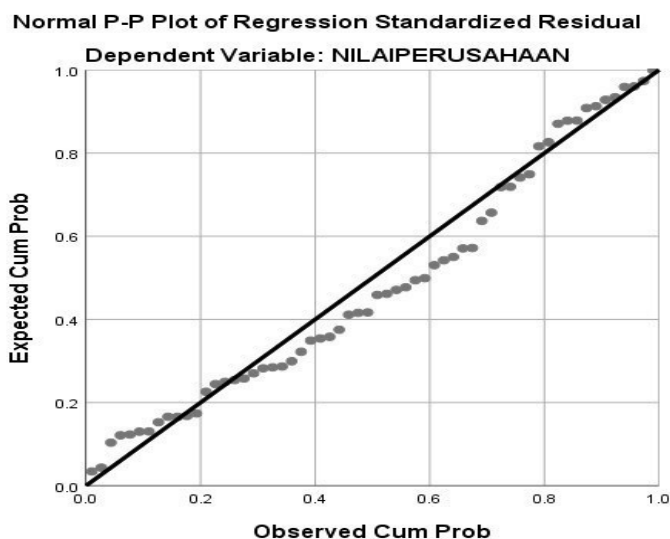
Sumber : Data Diolah 2018

Berdasarkan tabel diatas, nilai koefisien determinasi Adjusted R^2 Square untuk pengaruh variable CSR terhadap nilai perusahaan adalah sebesar 0,065 atau hanya 6,5%. Angka tersebut menunjukkan bahwa variabel independen (*corporate social responsibility*) mampu mempengaruhi variabel dependen (nilai perusahaan) sebesar 6,5%. dan sisanya 93,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Gambar : Uji Normalitas Data



Sumber : Data Diolah 2018

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan metode grafik P-P Plot yang dilakukan untuk variabel nilai perusahaan sebagai variabel dependen pada gambar diatas, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Dapat dilihat bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal tersebut.

b. Uji Autokorelasi

Tabel : Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.284 ^a	.081	.065	.52550	2.429

a. Predictors: (Constant), CSR

b. Dependent Variable: NILAIPERUSAHAAN

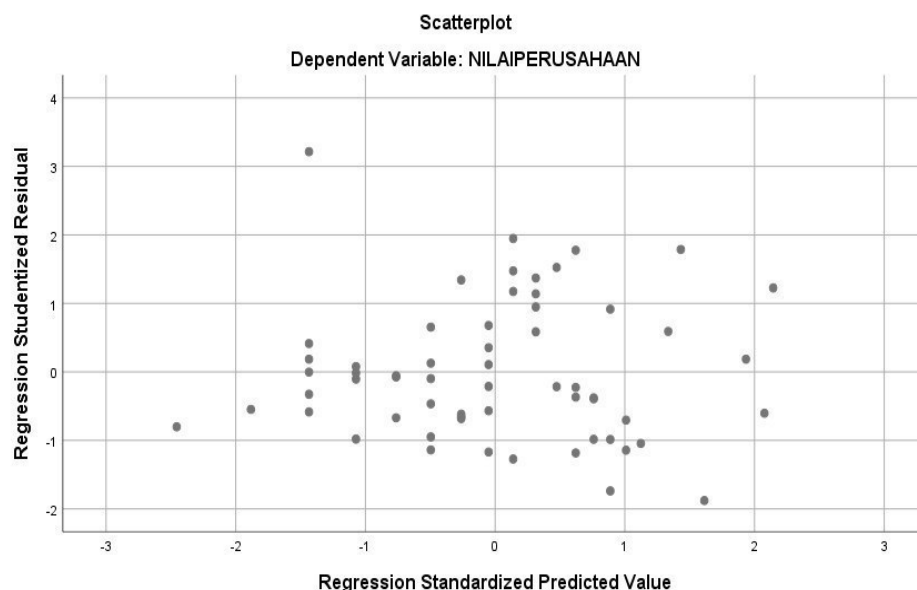
Sumber : Data Diolah 2018

Berdasarkan tabel diatas, nilai DW untuk variabel dependen nilai perusahaan adalah 2,429. nilai ini dibandingkan dengan nilai DW tabel DW. Dengan jumlah sampel penelitian (n) 60 dan jumlah variabel independen (K = 1) maka diperoleh nilai dU = 1,5485 dan dL = 1,6162

pada tabel DW. Dengandemikian untuk variabel dependen nilai perusahaan nilai $du < dw < 4-du$ ($1,5485 < 2,429 < 2,4515$), sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi baik positif maupun negatif. dengan demikian model regresi linier sederhanal layak pada penelitian ini karena data pada penelitian ini bebas dari masalah auto korelasi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Gambar :Hasil Uji Heterokadestisitas Variabel CSR dan nilai perusahaan



Sumber : Data Diolah 2018

Dengan melihat tampilan grafik *scatterplot* untuk variabel CSR dan nilai perusahaan pada gambar di atas terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas. Titik-titik tersebut juga tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini mengindikasikan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas dalam regresi linier sederhana ini, sehingga model regresi layak dipakai dalam penelitian ini.

4. Uji Hipotesis
a. Uji statistik t

**Tabel : Uji t
 Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	.717	.287		2.495	.015
	CSR	.309	.137	.284	2.260	.028

a. Dependent Variable: NILAIPERUSAHAAN

Sumber : Data Diolah 2018

Dari tabel diatas nilai koefisien menunjukkan bahwa t hitung variabel pengungkapan *corporate social responsibility* 2,260 dengan Signifikansi 0,028. Nilai t-hitung 2,260 > t-tabel 2,002 sedangkan tingkat signifikansi 0,028 lebih kecil dari tingkat keyakinan 5% (0,028 < 0,05). Hal ini berarti *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan yang diukur dengan *Tobin's Q* pada perusahaan industri dasar dan kimia yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2013-2016, sehingga hipotesis yang menyatakan pengungkapan *Corporate sosial responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan yang diukur dengan *Tobin's Q*. diterima.

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh pengungkapan corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan yang diukur dengan Tobin's Q pada perusahaan industri dasar dan kimia di Bursa Efek indonesia untuk periode 2013-2016.

Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan

Koefisien regresi variabel pengungkapan *Corporate social Responsibility* (CSR) bernilai positif sebesar 0,309. nilai t-hitung sebesar 2,260 dengan signifikansi 0,028. Nilai t-hitung 2,260 < nilai t-tabel 2,002 sedangkan tingkat signifikansi 0,028 lebih kecil dari tingkat keyakinan 5% (0,028 < 0,05). Hal ini berarti *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan yang diukur dengan *Tobin's Q* pada perusahaan industri dasar dan kimia yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2013-2016, sehingga hipotesis yang menyatakan pengungkapan *Corporate sosial responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan yang diukur dengan *Tobin's Q* diterima. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa semakin tinggi indeks

pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan, berpengaruh secara signifikan pada peningkatan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Ratnadewi (2016) yang menunjukkan bahwa pengungkapan CSR perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Banyaknya item pengungkapan sosial yang diungkapkan bila diiringi dengan semakin baiknya kualitas pengungkapan akan menyebabkan peningkatan pada nilai perusahaan dimana Luasnya pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan memberikan pengaruh terhadap meningkatnya nilai perusahaan. *Corporate social responsibility* (CSR) berkaitan dengan citra perusahaan di mata investor dan masyarakat. Perusahaan melakukan pertanggungjawaban secara maksimal maka citra perusahaan tersebut akan semakin membaik. Pencapaian profit yang maksimal, perusahaan yang juga menaruh perhatian pada lingkungan dan sosial akan menjadi pertimbangan investor dan calon investor dalam memilih tempat investasi. Adanya perhatian perusahaan terhadap lingkungan dan social. Pada saat masyarakat yang menjadi pelanggan memiliki penilaian yang positif terhadap perusahaan, maka mereka akan loyal terhadap produk yang dihasilkan

Hasil penelitian mendukung teori *efficient market hypothesis* (EMH) dalam Andreas Lako (2011:86) CSR meningkatkan nilai perusahaan. Hipotesis itu didasarkan pada prediksi teori *efficient market hypothesis* (EMH), menyatakan bahwa perusahaan yang peduli dan melaksanakan tanggung jawab social secara berkelanjutan akan mendapat respon positif dari para investor pasar modal terhadap nilai pasar ekuitas perusahaan. Kesiapan dan komitmen perusahaan untuk menjadi “perusahaan sosial” secara berkelanjutan akan meningkatkan reputasi dan citra perusahaan. Meningkatnya reputasi perusahaan akan mendatangkan keuntungan yang berlipat ganda dalam jangka panjang yang berwujud peningkatan pangsa pasar dan nilai perusahaan. Pelaku pasar akan mengapresiasi harga saham dari perusahaan yang peduli CSR. Semakin besar kepedulian perusahaan pada CSR maka semakin besar pula apresiasi pasar terhadap harga saham perusahaan tersebut. Artinya semakin tinggi pelaksanaan CSR suatu perusahaan semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian yang didapat membuktikan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan yang diukur dengan *Tobin's Q* pada perusahaan industri dasar dan kimia yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2013-2016, sehingga hipotesis yang menyatakan

pengungkapan *Corporate sosial responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan yang diukur dengan *Tobin's Q*.**diterima**

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil uji statistik terbukti bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dimana nilai t -hitung $2,260 > t$ -tabel $2,002$ dan nilai signifikansi $0,028 < 0,05$. Berdasarkan uji koefisien determinasi Adjusted R square menunjukkan bahwa besarnya pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan yang diprosikan dengan *tobin's Q* sebesar $6,5\%$ dan sisanya $93,5\%$ dipengaruhi oleh faktor lain.

Saran

Penulis menyarankan peneliti berikutnya untuk dapat menambah jumlah periode yang digunakan untuk lebih meningkatkan nilai hasil penelitian dan menggunakan sampel penelitian dengan sektor perusahaan industri lain penelitian selanjutnya juga dapat menambah variabel lain yang mungkin mempengaruhi nilai perusahaan lebih baik, seperti profitabilitas, kepemilikan manajerial, ukuran perusahaan dan berbagai faktor lain, dengan demikian diharapkan akan memberikan kontribusi informasi yang lebih baik untuk penelitian di masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Andreas Lako (2011: Lako, Andreas. 2011. *Dekonstruksi CSR & Reformasi Paradigma Bisnis dan Akuntansi*. Jakarta: Erlangga.
- Bursa Efek Indonesia. Laporan Tahunan Bursa Efek Indonesia. (www.idx.co.id), (diakses pada 06 Februari 2018).
- Djoko Suhardjanto (2010), pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan (studi empiris di bursa efek Indonesia). Jurnal. Akuntansi Universitas Sebelas Maret Fakultas Ekonomi. 2017. *Pedoman Penulisan Tugas Akhir*. Universitas Katolik Santo Thomas SU. Medan
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP

- Hanafi, M dan Halim.2000 *Analisis Laporan Keuangan*.Yogyakarta: AMP
- Hadi, N. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Edisi Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Kusumadilaga, Rimba. 2010. *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan*. Skripsi. 2010
- Phooja Pratiwi. 2017 *pengaruh pelaksanaan Corporate Social Responsibility terhadap nilai perusahaan (studi em piris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia)*.Skripsi. FE Universitas Lampung
- Ratnadewi, Putu Ari dan I G.K. Agung Ulupui. 2016. “Mekanisme Corporate Governance Sebagai Variabel Pemoderasi Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Nilai Perusahaan”. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali.E-Jurnal Akuntansi Unud.Vol 14.1. Januari 2016: 548-574.
- Susanti, Yumi.2016.*analisis pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap nilai perusahaan pada PT. Aneka Tambang, Tbk*. Jurnal. Akuntansi Universitas Pasir Pengaraian Rokan Hulu.
- Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas
- Weston, J. Fred dan Copeland, Thomas E.2001. *Manajemen Keuangan Jilid I*. Edisiarta : Binarupa Aksara