

PENGARUH PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

(Pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di BEI Tahun 2014 - 2017)

Renata Nilam Sari

renatanilamsari@yahoo.co.id

Sugeng Praptoyo

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

This research aimed to examine the effect of disclosure of corporate social responsibility on the firm value. While, the population was some banking companies which were listed on Indonesia Stock Exchange 2014-2017. Moreover, the data collection technique used purposive sampling. In line with, there were 24 companies with 4 years observation, as sample. The research was quantitative. Furthermore, the data were documents of financial statement and annual reports. Meanwhile, the data analysis technique used multiple linier regression which consist of normality test, multi-collinierity test, heteroscedasity test, and auto-correlation test. For the hypothesis test, it used F and T test. The research result concluded the disclosure of corporate social responsibility of economic dimensions had negative and significant effect on the firm value. It meant, the greater the disclosure of corporate social responsibility of economic dimensions was, the lower investor interest of having investment in banking companies. On the other hand, the disclosure of corporate social responsibility of environmental dimensions had positive but insignificant effect on the firm value. In other words, the level of disclosure of corporate social responsibility of environmental dimensions did not affect the movement of shares in banking companies. However, the disclosure of corporate social responsibility of social dimensions had positive and significant effect on firm value. It meant, the more activities which carried out on the social dimensions, the higher the investors interest of having investment in banking companies.

Keywords: firm value, corporate social responsibility of economic, environmental, social dimensions.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap nilai perusahaan. Sampel yang digunakan adalah perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014 - 2017 yang berjumlah 24 perusahaan dengan 4 tahun pengamatan dan dipilih secara *purposive sampling*. Laporan keuangan dan laporan tahunan merupakan data dokumenter yang dijadikan sampel penelitian. Sampel data diolah menggunakan metode penelitian kuantitatif, sedangkan teknik analisa yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedatisitas, dan uji autokorelasi. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji F dan uji T. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dimensi ekonomi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, yang artinya semakin besar pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dimensi ekonomi maka semakin rendah minat investor untuk melakukan investasi pada perusahaan perbankan. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dimensi lingkungan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, yang berarti bahwa tinggi rendahnya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dimensi lingkungan tidak membuat perubahan pergerakan saham pada perusahaan perbankan. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dimensi sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dapat disimpulkan semakin banyak melakukan kegiatan pada dimensi sosial akan semakin menarik minat investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan perbankan.

Kata Kunci : nilai perusahaan, tanggung jawab sosial perusahaan dimensi ekonomi, lingkungan, sosial.

PENDAHULUAN

Perusahaan adalah organisasi tempat sumber daya diproses yang diperuntukan bagi pelanggan untuk menghasilkan barang atau jasa. Pada dasarnya, untuk dapat meningkatkan

nilai perusahaan adalah dengan memperoleh laba. Investor akan tertarik untuk menanamkan modalnya apabila nilai perusahaan juga meningkat. Persepsi investor terhadap nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham. Haruman (2008) menyatakan bahwa nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kemakmuran bagi para pemegang saham, sehingga para pemegang saham akan menginvestasikan modalnya kepada perusahaan tersebut. Salvatore (2002) juga menjelaskan bahwa dengan memaksimalkan kekayaan atau nilai perusahaan (*value of the firm*) merupakan tujuan utama perusahaan. Meningkatkan nilai perusahaan berarti juga akan memaksimalkan kekayaan pemegang saham yang merupakan hal yang penting yang harus dicapai oleh manajemen perusahaan. Memaksimalkan kekayaan pemegang saham dapat diartikan juga menjadi memaksimalkan harga saham perusahaan.

Sekalipun tujuan utama perusahaan memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham, namun hal ini tidak berarti mengabaikan tujuan lainnya termasuk sebagai bagian dari tanggung jawab sosial. Tanggung jawab perusahaan tersebut dituangkan dalam tanggung jawab sosial perusahaan atau lebih dikenal dengan nama *Corporate Social Responsibility* (Kasmir, 2010). Tanggung jawab sosial dari perusahaan terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua *stakeholder*, termasuk didalamnya adalah pelanggan, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, pemerintah, supplier, bahkan juga kompetitor. Saat ini tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom line* yaitu tanggung jawab perusahaan pada aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial sehingga setiap perusahaan diwajibkan mengungkapkan informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Rustiarini, 2010).

Manfaat yang diperoleh perusahaan karena melakukan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan tentunya akan membuat keberlangsungan aktivitas operasional perusahaan tetap eksis. Hal ini tentunya akan memberikan sinyal kepada investor bahwa perusahaan tersebut akan mampu meningkatkan kesejahteraan mereka. Oleh karena itu, para investor akan tertarik untuk memiliki saham perusahaan karena dianggap menguntungkan. Semakin banyak orang yang menginginkan saham perusahaan tentunya harga saham perusahaan juga akan mengalami kenaikan. Harga saham tersebut menunjukkan nilai yang diberikan kepada perusahaan. Semakin tinggi harga saham perusahaan maka semakin meningkat pula nilai perusahaan. Maka dari itu, pengungkapan tanggung jawab sosial akan dapat meningkatkan nilai perusahaan yang ditunjukkan dengan meningkatnya permintaan saham dan naiknya harga saham.

Penelitian ini menggunakan perusahaan perbankan. Industri perbankan mempunyai regulasi yang lebih ketat dibandingkan dengan industri lain. Industri perbankan merupakan perusahaan "kepercayaan", sehingga apabila perusahaan mengabaikan tanggung jawab sosial terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar sebagai upaya untuk meningkatkan nilai perusahaan, maka secara otomatis kepercayaan investor akan berkurang dan dapat membuat satu persatu maupun secara bersamaan akan melakukan penarikan dana sehingga menimbulkan *rush* (penarikan dana secara besar-besaran). Hal tersebut dapat mengakibatkan kerugian bahkan dapat menyebabkan bank tersebut menjadi bangkrut.

Penelitian tentang pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan terhadap nilai perusahaan telah banyak dilakukan oleh beberapa peneliti. Temuan dari penelitian-penelitian tersebut masih sangat bervariasi dan masih ada pertentangan satu sama lain dan ada beberapa penelitian yang menyulitkan dalam menarik kesimpulan substansif. Seperti halnya penelitian yang dilakukan sebelumnya, misalnya hasil penelitian yang dilakukan oleh Rustiarini (2010) dan Permanasari (2010) menyimpulkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh pada nilai perusahaan. Hasil penelitian ini juga sama dengan hasil penelitian Agustina (2013) serta penelitian yang dilakukan Zarlina dan Salim (2014). Simpulan tersebut bertentangan dengan hasil yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan oleh Nurlela dan Islahuddin (2008) serta Susanto dan Subekti (2013) yang menyimpulkan bahwa

praktik tanggung jawab sosial perusahaan tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan melihat fenomenal *gap* yang terjadi pada penelitian-penelitian terdahulu dengan arti lain ada beberapa kesimpulan yang berbeda dari berbagai penelitian, maka pada penelitian ini penulis akan menguji pengaruh positif maupun negatif pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap nilai perusahaan. Penulis menggunakan variabel independen dimensi ekonomi, lingkungan, dan sosial dengan tujuan untuk mengetahui seberapa kuat pengaruhnya terhadap nilai perusahaan.

TINJAUAN TEORITIS

Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Teori legitimasi menjelaskan bahwa perusahaan harus patuh pada norma-norma sosial masyarakat karena setiap organisasi atau perusahaan akan berhubungan erat dengan masyarakat, perusahaan akan semakin *legitimate* apabila perusahaan menjalankan operasinya sesuai dengan norma sosial yang berlaku dalam masyarakat. Fokus pada teori ini adalah hubungan antara perusahaan atau organisasi dengan masyarakat. Sebuah perusahaan dapat dikatakan *legitimate* apabila terdapat kesamaan antara hasil dan harapan masyarakat terhadap perusahaan, dengan adanya kesamaan tersebut, maka masyarakat tidak akan menuntut perusahaan (Deegan *et al*, 2002).

Teori Stakeholder

Teori *stakeholder* menyatakan bahwa seharusnya dalam kegiatan operasional perusahaan dapat memberikan manfaat dan memperhatikan kepentingan *stakeholder* dan tidak hanya berfokus pada pencapaian tujuan. Keberadaan suatu perusahaan dapat dipengaruhi dukungan dari *stakeholder* (Ghozali, 2007). Budi (2008) menyatakan bahwa masyarakat, individu, dan kelompok atau komunitas apabila memiliki kepentingan, pengaruh, atau kekuasaan terhadap perusahaan maka dapat dikatakan sebagai *stakeholder*.

Teori Sinyal

Teori sinyal menjelaskan bagaimana seharusnya perusahaan memberikan sinyal kepada pihak-pihak tersebut. Informasi mengenai laba perusahaan juga merupakan sinyal yang dapat diberikan. Informasi-informasi tersebut terangkum dalam laporan keuangan. Pengungkapan informasi dalam laporan keuangan dapat digunakan sebagai sinyal bagi investor untuk memprediksi kinerja perusahaan di masa yang akan datang. Pengungkapan informasi tersebut juga digunakan sebagai sinyal untuk dasar pengambilan keputusan oleh pihak-pihak seperti pemilik, calon investor, kreditur, supplier, regulator, serta pemerintah. Oleh karena itu, pengungkapan informasi dalam laporan keuangan sangat penting (Scott *et al*, 2013).

Nilai Perusahaan

Menurut Prasetyorini (2013), nilai perusahaan menggambarkan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli atau yang biasa investor. Nilai perusahaan merupakan hal penting bagi investor karena merupakan indikator untuk menilai perusahaan secara keseluruhan dalam pasar (Samuel, 2000). Nurlela dan Islahudin (2008), menyatakan bahwa nilai perusahaan akan memberikan kemakmuran yang optimal apabila harga saham perusahaan meningkat. Suatu perusahaan dinyatakan memiliki nilai yang baik jika perusahaan tersebut juga memiliki kinerja yang baik. Harga saham dapat mencerminkan nilai perusahaan, apabila harga saham memiliki nilai yang tinggi dapat dikatakan bahwa nilai perusahaan juga tinggi dan sebaliknya (Keown, 2009). Nilai perusahaan dalam penelitian ini mengacu pada salah satu alternatif penghitungan yaitu dengan menggunakan rasio *Tobin's Q*. Rasio ini dikembangkan oleh Professor James Tobin (1967). Jika rasio *Tobin's Q* diatas satu, ini menunjukkan bahwa investasi dalam aset menghasilkan laba yang

memberikan nilai yang lebih tinggi daripada pengeluaran investasi, hal ini akan menarik investasi baru.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

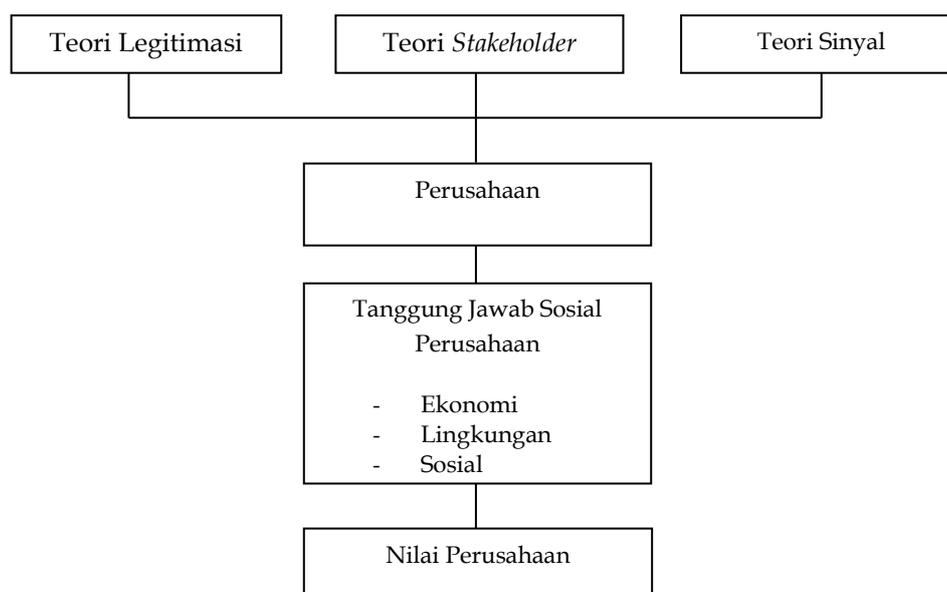
Komitmen moral terhadap prinsip khusus untuk mendistribusikan kembali sebagian dari kekayaan yang dimiliki oleh perusahaan kepada pihak lain merupakan salah satu bentuk tanggung jawab sosial perusahaan Baron (2006). Griffin (2003) mendefinisikan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai usaha perusahaan untuk menyeimbangkan komitmen-komitmennya terhadap kelompok-kelompok dan individual-individual dalam lingkungan perusahaan tersebut, termasuk didalamnya adalah pelanggan, perusahaan-perusahaan lain, para karyawan, dan investor. Tanggung jawab sosial perusahaan memberikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasi dan interaksinya dengan *stakeholders* yang melebihi tanggung jawab dibidang hukum. Kotler dan Nancy (2005) menjelaskan bahwa dengan melalui praktik bisnis yang baik dan mengkontribusikan sebagian sumber daya perusahaan merupakan bentuk komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan.

Menurut Elkington (1997) dalam Wibisono (2007) perusahaan yang ingin menunjukkan tanggung jawab sosialnya haruslah memperhatikan 3P, yaitu peningkatan keuntungan perusahaan (*profit*), khususnya masyarakat sekitar (*people*), serta lingkungan hidup (*planet*). Konsep tersebut biasanya lebih dikenal dengan nama *triple bottom line*. Pengertian *profit* disini adalah suatu bentuk tanggung jawab yang harus dicapai oleh perusahaan. *Profit* ini merupakan tujuan dan perusahaan beroperasi dalam kegiatan usahanya. Sedangkan yang dimaksud *people* adalah masyarakat yang merupakan bagian dari *stakeholder*. Sehingga perusahaan harus memperhatikan kesejahteraan masyarakat sekitar.

Menurut Wibisono (2007), terdapat 10 keuntungan yang dapat diperoleh perusahaan jika melakukan program tanggung jawab sosial. Manfaat-manfaat tersebut antara lain yaitu: meningkatkan dan menjaga reputasi dan *image* perusahaan, berhak untuk memperoleh *social license to operate*, meredam resiko bisnis perusahaan, memperluas akses sumberdaya, membentangkan akses menuju pasar, mereduksi biaya, memperbaiki hubungan dengan *stakeholder*, memperbaiki hubungan dengan regulator, meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan, kesempatan mendapatkan penghargaan.

Konsep pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan yang digagas oleh *Global Reporting Initiative* (GRI) adalah konsep *sustainability report* yang muncul sebagai akibat adanya konsep *sustainability development*. Faktor yang membuat perusahaan banyak yang menggunakan GRI dikarenakan laporan keberlanjutan versi GRI telah mencakup banyak aspek penting yang dapat menggambarkan dan mengukur kinerja perusahaan kepada lingkungan dan sosial sekitar, baik di dalam ataupun di luar perusahaan. GRI Guidelines menyebutkan bahwa, perusahaan harus menjelaskan dampak aktivitas perusahaan terhadap ekonomi, lingkungan dan sosial pada bagian *standard disclosure*. Keseluruhan indikator yang ada di GRI yaitu sebanyak 91 item yang terdiri dari kategori ekonomi sejumlah 9 item, kategori lingkungan sejumlah 34 item, dan kategori sosial sejumlah 48 item. Kategori sosial dibagi menjadi empat sub-kategori yaitu praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja sejumlah 16 item, hak asasi manusia sejumlah 12 item, masyarakat sejumlah 11 item, dan tanggung jawab atas produk sejumlah 9 item.

Rerangka Pemikiran



Gambar 1
Rerangka Pemikiran

Berdasarkan rerangka penelitian di atas, dinyatakan bahwa dalam penelitian ini tanggung jawab sosial perusahaan sebagai variabel independen yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yang menjadi variabel dependen.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dimensi Ekonomi

Aspek ekonomi dari tanggung jawab sosial perusahaan sebagai besar guna memahami dampak ekonomi akibat aktivitas perusahaan kepada masyarakat. Tanggung jawab sosial-ekonomi itu tidak hanya sekedar tanggung jawab perusahaan secara financial, tetapi juga mempertimbangkan dampak ekonomi langsung dan tidak langsung yang kegiatan perusahaannya memiliki dampak terhadap masyarakat sekitar dan para *stakeholders*. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Tjipto dan Juniarti (2016) menunjukkan hasil bahwa pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap nilai perusahaan berpengaruh signifikan dengan nilai koefisien negatif. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Rosiana (2013) menyatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh signifikan dengan nilai koefisien positif. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H₁: Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dimensi ekonomi berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dimensi Lingkungan

Pentingnya tanggung jawab terhadap lingkungan akan meningkatkan nilai perusahaan karena pengelolaan sumber daya yang efektif dan efisiensi energi karena kegiatan tanggung jawab sosial dimensi lingkungan yang sering digunakan pada saat ini. Hal ini dapat memberikan peluang untuk penghematan biaya, meningkatkan pendapatan, dan bahkan dapat mempengaruhi kekuatan merk secara keseluruhan melalui reputasi lingkungan yang positif. Agustina (2013) dalam penelitiannya menyatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh signifikan dengan nilai koefisien positif terhadap nilai perusahaan. Hasil yang berbeda diungkapkan oleh Wardoyo dan Veronica (2013), dan Fajriana dan Priantinah (2016) yang menyatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab

sosial perusahaan terhadap nilai perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan dengan nilai koefisien yang positif. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H₂: Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dimensi lingkungan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dimensi Sosial

Tanggung jawab perusahaan dimensi sosial dapat diartikan perusahaan harus bertanggung jawab pada dampak sosial yang dihasilkan oleh perusahaan kepada masyarakat meskipun secara tidak langsung. Selain kepada masyarakat perusahaan juga harus bertanggung jawab kepada para *stakeholders* lainnya seperti karyawan dan pelanggan. Rosiana (2013), dan Harjoto dan Jo (2011) dalam penelitiannya menyatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap nilai perusahaan memiliki pengaruh signifikan dengan nilai koefisien yang positif. Sedangkan hasil yang berbeda diungkapkan oleh Fajriana dan Priantinah (2016) bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap nilai perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H₃: Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dimensi sosial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah studi empiris berupa penelitian secara kuantitatif. Objek dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan perbankan yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2014-2017 yang berjumlah 43 perusahaan. Namun, dari 43 perusahaan perbankan tersebut hanya terdapat 24 perusahaan yang diketemukan laporan keuangan dan laporan tahunan secara berturut-turut selama periode 2014-2017.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* terhadap perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2014-2017. Alasan memilih metode tersebut adalah *purposive sampling* tepat digunakan untuk memilih dan mengategorikan sampel yang representatif sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan. Kriteria yang digunakan untuk memilih sampel adalah perusahaan yang diketemukan laporan keuangan dan laporan tahunan selama empat tahun berturut-turut yaitu diantara tahun 2014 sampai dengan tahun 2017. Sampel perusahaan tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1
Daftar Sampel Penelitian

No.	Kode Bank	Nama Perusahaan Perbankan
1	AGRO	Bank Rakyat Indonesia Agro Niaga Tbk
2	BABP	Bank MNC Internasional Tbk
3	BACA	Bank Capital Indonesia Tbk
4	BBCA	Bank Central Asia Tbk
5	BBKP	Bank Bukopin Tbk
6	BBNI	Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk
7	BBRI	Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk
8	BBTN	Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk
9	BDMN	Bank Danamon Indonesia Tbk

Sumber: Data Sekunder, 2019 (diolah)

Tabel 1
Daftar Sampel Penelitian

No.	Kode Bank	Nama Perusahaan Perbankan
10	BJBR	Bank Jabar Banten Tbk
11	BKSW	Bank QNB Indonesia Tbk
12	BMRI	Bank Mandiri (Persero) Tbk
13	BNGA	Bank CIMB Niaga Tbk
14	BNII	Bank Maybank Indonesia Tbk
15	BNLI	Bank Permata Tbk
16	BSIM	Bank Sinar Mas Tbk
17	BSWD	Bank of India Indonesia Tbk
18	BTPN	Bank Tabungan Pensiunan Nasional Tbk
19	BVIC	Bank Victoria International Tbk
20	INPC	Bank Artha Graha International Tbk
21	MAYA	Bank Mayapada International Tbk
22	MCOR	Bank China Construction Bank Ind. Tbk
23	MEGA	Bank Mega Tbk
24	SDRA	Bank Woori Saudara Indonesia 1906 Tbk

Sumber: Data Sekunder, 2019 (diolah)

Teknik Pengumpulan Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Pengumpulan data dilakukan dengan mempelajari buku-buku literatur dan jurnal-jurnal ilmiah yang berkaitan, serta diperoleh dari www.idx.co.id dan situs dari masing-masing perusahaan sampel.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel Dependen

Nilai Perusahaan

Purwaningtyas (2011) menyatakan nilai perusahaan adalah sebuah nilai yang menunjukkan cerminan dari ekuitas dan nilai buku perusahaan, baik berupa nilai pasar ekuitas, nilai buku dari total utang dan nilai buku dari total ekuitas. Untuk menghitung nilai perusahaan dapat digunakan rumus Tobin's Q seperti yang digunakan oleh Susanto dan Subekti (2013), yaitu:

$$\text{Tobin's } Q = \frac{MVE + DEBT}{TA}$$

Keterangan:

MVE : *Market Value of Equity* / nilai pasar ekuitas saham

DEBT : total hutang perusahaan

TA : total aset

Variabel Independen

Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dimensi Ekonomi

Tanggung jawab sosial perusahaan dimensi ekonomi pada intinya terdiri dari dampak kinerja atau operasi perusahaan terhadap keadaan ekonomi. Berikut adalah rumus perhitungan indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dimensi ekonomi:

$$\text{CSRDI} = \frac{\sum Xi}{n}$$

CSRDI : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index*

Xi : 1 = jika item diungkapkan, 0 = jika item tidak diungkapkan

n : Jumlah item untuk indikator ekonomi = 9

Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dimensi Lingkungan

Tanggung jawab sosial perusahaan dimensi lingkungan pada intinya terdiri dari dampak kinerja atau operasi perusahaan terhadap keadaan lingkungan sekitar. Berikut adalah rumus perhitungan indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dimensi lingkungan:

$$CSRDI = \frac{\sum Xi}{n}$$

CSRDI : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index*

Xi : 1 = jika item diungkapkan, 0 = jika item tidak diungkapkan

n : Jumlah item untuk indikator lingkungan = 34

Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dimensi Sosial

Tanggung jawab sosial perusahaan dimensi sosial pada intinya terdiri dari dampak dari kinerja atau operasi perusahaan terhadap keadaan sosial. Berikut adalah rumus perhitungan indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dimensi sosial:

$$CSRDI = \frac{\sum Xi}{n}$$

CSRDI : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index*

Xi : 1 = jika item diungkapkan, 0 = jika item tidak diungkapkan

n : Jumlah item untuk indikator sosial = 48

Teknik Analisis Data

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan hasil data yang telah diperoleh untuk masing-masing variabel penelitian. Statistik deskriptif menggambarkan atau menjelaskan berbagai karakteristik data, seperti nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, *minimum* dan *maximum*.

Uji Asumsi Klasik

Penggunaan metode regresi linier berganda memerlukan uji asumsi klasik yang secara statistik harus dipenuhi. Asumsi klasik yang digunakan adalah uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel terikat, variabel bebas atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah mempunyai distribusi data normal atau mendekati normal.

Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2016), uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*). Uji multikolinearitas adalah pengujian yang mempunyai tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel *independen*. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2007) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier terjadi korelasi antara suatu periode t dengan periode sebelumnya ($t - 1$). Jika ada korelasi maka terjadi autokorelasi. Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi berdasarkan nilai DW yang terletak diantara batas atas atau *upper bound* (dU) dan ($4-dU$), maka koefisien korelasi = 0, berarti tidak ada autokorelasi.

Pengujian Hipotesis

Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Santoso (2002), analisis linier berganda ini bertujuan untuk memprediksi keterkaitan antar variabel independen dengan variabel dependen yang dinyatakan dalam suatu model persamaan matematik dan pengujiannya menggunakan regresi linier berganda (*Multiple Linear Regression*). Rumus regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$\text{Tobin's } Q = \alpha + \beta_1 \text{CSR.EKON} + \beta_2 \text{CSR.LING} + \beta_3 \text{CSR.SOS} + e$$

Keterangan :

Tobin's Q = nilai perusahaan

α = konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = koefisien regresi

CSR.EKON = *Corporate Social Responsibility* dimensi ekonomi

CSR.LING = *Corporate Social Responsibility* dimensi lingkungan

CSR.SOS = *Corporate Social Responsibility* dimensi sosial

e = *error term* (tingkat kesalahan penduga dalam penelitian)

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Ghozali (2013) menyatakan bahwa koefisien determinasi (R^2) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Seberapa jauh model dapat memprediksi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat diukur dengan menggunakan nilai *adjusted R²*. Nilai *adjusted R²* berkisar pada rentang antara 0 hingga 1. Jika nilai *adjusted R²* mendekati nilai 0, maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat semakin rendah, demikian pula sebaliknya jika nilai *adjusted R²* mendekati nilai 1, maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat semakin tinggi. Dengan kata lain, nilai yang mendekati satu variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Uji Kelayakan Model (Uji F)

Menurut Ghozali (2011), uji statistik F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Apabila nilai *significance level* (α) < 0,05, maka variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen.

Pengujian Parameter Individual (Uji t)

Menurut Ghozali (2011), uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen dan digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dari masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen yang diuji.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Penelitian

Obyek yang diteliti adalah perusahaan-perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2017. Berdasarkan data pada Bursa Efek Indonesia, total perusahaan

perbankan yang terdaftar sampai dengan 31 Desember 2017 adalah 43 perusahaan. Namun, dari 43 perusahaan perbankan yang terdaftar tidak seluruhnya dapat diketemukan laporan keuangan dan laporan tahunan selama periode tahun 2014 - 2017 secara berturut-turut. Berdasarkan kriteria pemilihan sampel yang mengacu pada batasan-batasan yang telah ditentukan yaitu perusahaan perbankan yang diketemukan laporan keuangan dan laporan tahunan selama 4 tahun berturut-turut pada tahun 2014 - 2017, diperoleh sampel sebanyak 24 perusahaan perbankan dengan jumlah observasi sebesar 96 observasi.

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif bertujuan untuk memberikan informasi tentang gambaran variabel dalam penelitian. Informasi diperoleh dari statistik deskriptif berisikan nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (*mean*), nilai standar deviasi dari masing-masing variabel serta jumlah pengamatan (N) sampel penelitian. Analisis statistik deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk menguraikan gambaran mengenai variabel-variabel yang digunakan baik variabel independen yaitu tanggung jawab sosial dimensi ekonomi (CSR.EKON), tanggung jawab sosial dimensi lingkungan (CSR.LING), dan tanggung jawab sosial dimensi sosial (CSR.SOS) maupun variabel dependen yaitu nilai perusahaan (TobinsQ). Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui nilai minimum, maksimum, dan rata-rata masing-masing variabel dari perusahaan yang dijadikan sampel selama tahun 2014-2017 dipaparkan pada Tabel 2.

Tabel 2
Hasil Analisis Statistik Deskriptif

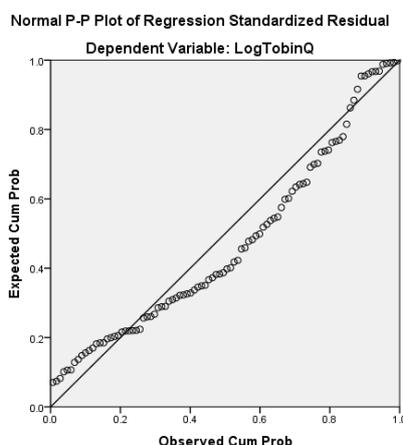
Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
TobinsQ	96	0,8752	1,5663	1,049414	0,1443626
CSR.EKON	96	0,3333	0,7778	0,587963	0,0881794
CSR.LING	96	0,0000	0,3529	0,082414	0,0822666
CSR.SOS	96	0,0625	0,5208	0,233290	0,0724607
Valid N (listwise)	96				

Sumber: Data Sekunder, 2019 (diolah)

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Untuk mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik Normal P-P Plot.



Gambar 2
Grafik Normal P-P Plot

Sumber: Data Sekunder, 2019 (diolah)

Berdasarkan Gambar 2, grafik normal probability plot di atas tampak bahwa titik-titik menyebar mengikuti garis diagonalnya. Hal ini menunjukkan bahwa data terdistribusi secara normal dan model regresi yang diuji dengan menggunakan grafik tersebut telah memenuhi asumsi normalitas. Pengujian normalitas dengan grafik dapat menyesatkan apabila tidak dilakukan secara hati-hati, sehingga selain menggunakan uji grafik diperlukan pula uji statistik agar data yang diperoleh lebih akurat. Uji grafik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov Z yang dilakukan dengan membuat hipotesis. Jika nilai probabilitas > 0,05 maka distribusi adalah normal, sedangkan jika nilai probabilitas < 0,05 maka distribusi adalah tidak normal.

Tabel 3
Hasil Uji Normalitas Data
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	0,05198450
Most Extreme Differences	Absolute	0,121
	Positive	0,121
	Negative	-0,071
Kolmogorov-Smirnov Z		1,187
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,120

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Sekunder, 2019 (diolah)

Berdasarkan Tabel 3 diperoleh nilai Kolmogorov-smirnov 1,187 dengan tingkat signifikansi 0,120. Nilai signifikansi ini lebih dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa data terdistribusi secara normal.

Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui antara variabel bebas satu dengan variabel bebas lain dalam regresi tidak berhubungan secara sempurna atau mendekati sempurna. Dari dugaan adanya multikolinearitas tersebut maka perlu adanya pembuktian secara statistik ada atau tidaknya gejala multikolinearitas yang dapat dilakukan dengan cara menghitung VIF. Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan VIF dari variabel independen. Model dinyatakan terbebas dari gejala multikolinearitas apabila memiliki nilai *tolerance* diatas 0,1 dan VIF di bawah 10. Berikut hasil dari uji multikolinearitas:

Tabel 4
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1		
CSR.EKON	0,799	1,252
CSR.LING	0,716	1,397
CSR.SOS	0,670	1,492

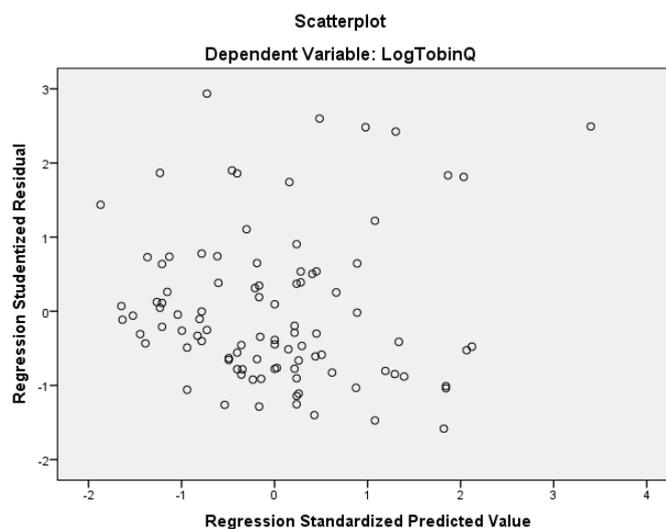
a. Dependent Variable: LogTobinQ

Sumber: Data Sekunder, 2019 (diolah)

Berdasarkan Tabel 4, dapat diketahui bahwa semua variabel independen yaitu tanggung jawab sosial perusahaan dimensi ekonomi (CSR.EKON), tanggung jawab sosial perusahaan dimensi lingkungan (CSR.LING), tanggung jawab sosial perusahaan dimensi sosial (CSR.SOS) memiliki nilai *tolerance* > 0,10 maka disimpulkan bahwa pada model regresi tidak terjadi multikolinieritas. Begitu juga dengan nilai VIF masing-masing variabel independen memiliki nilai kurang dari 10, sehingga pada model regresi tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah regresi terjadi ketidaksamaan varians residual dari pengamatan satu ke pengamatan lain. Deteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat diketahui dengan menggunakan grafik plot (*scatterplot*). Apabila titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola yang khas maka uji regresi tidak terkena asumsi heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan grafik *scatterplot* pada penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 3
Grafik Scatterplot

Sumber: Data Sekunder, 2019 (diolah)

Berdasarkan Gambar 3, diagram *scatterplot* diatas menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk prediksi berdasarkan masukan variabel independennya.

Uji Autokorelasi

Untuk mendeteksi adanya autokorelasi pada penelitian ini yaitu dengan melihat besarnya uji Durbin-Waston (D-W). Kriteria untuk mengambil suatu keputusan untuk uji D-W, yaitu dengan cara membandingkan nilai D-W dengan tabel d_l dan d_u . Adapun kriterianya yaitu apabila nilai d terletak pada $d_U < d < 4-d_U$, maka dapat dikatakan bahwa model regresi tidak ada autokorelasi uji autokorelasi. Uji autokorelasi juga untuk melihat apakah terjadi korelasi antara suatu periode t dengan periode sebelumnya ($t - 1$). Berikut tabel hasil uji autokorelasi:

Tabel 5
Hasil Output Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	Durbin-Watson
1	2,002

a. Predictors: (Constant), CSR.SOS, CSR.EKON, CSR.LING

b. Dependent Variable: LogTobinQ

Sumber: Data Sekunder, 2019 (diolah)

Berdasarkan Tabel 5, didapatkan nilai Durbin Watson (DW) 2,002. Pada penelitian ini digunakan 3 variabel independen, dengan jumlah observasi sebanyak 96. Berdasarkan Tabel Durbin Watson didapatkan nilai d_u 1,7326. Sedangkan nilai dari $(4 - d_u)$ pada penelitian ini adalah 2,2674. Dapat disimpulkan bahwa nilai DW antara d_u dan $(4 - d_u)$ yang berarti tidak terjadi autokorelasi

Pengujian Hipotesis

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel independen yang terdiri dari tanggung jawab sosial perusahaan dimensi ekonomi (CSR.EKON), tanggung jawab sosial perusahaan dimensi lingkungan (CSR.LING), dan tanggung jawab sosial perusahaan dimensi sosial (CSR.SOS), sehingga didapatkan hasil regresi linier berganda sebagai berikut:

Tabel 6
Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
	(Constant)	0,036	0,038			
1	CSR.EKON	-0,117	0,069	-0,188	-1,694	0,094
	CSR.LING	0,112	0,078	0,168	1,436	0,154
	CSR.SOS	0,176	0,091	0,233	1,929	0,057

a. Dependent Variable: LogTobinQ

Sumber: Data Sekunder, 2019 (diolah)

Berdasarkan Tabel 10, menunjukkan hasil dari analisis regresi berganda dapat disusun fungsi atau persamaan regresi berganda yaitu sebagai berikut :

$$\text{LogTobinsQ} = 0,036 - 0,117\text{CSR.EKON} + 0,112\text{CSR.LING} + 0,176\text{CSR.SOS} + e$$

Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Koefisien determinasi (R²) menunjukkan seberapa besar seluruh variabel bebas menjelaskan variabel terikatnya. Nilai R² adalah antara 0 sampai dengan 1. Nilai R yang kecil menunjukkan kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Sedangkan nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Hasil pengujian koefisien determinasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,315 ^a	0,099	0,070	0,05283

a. Predictors: (Constant), CSR.SOS, CSR.EKON, CSR.LING

b. Dependent Variable: LogTobinQ

Sumber: Data Sekunder, 2019 (diolah)

Pengujian Kelayakan Model (Uji F)

Tabel 8
Hasil Uji Goodness of Fit
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	0,028	3	0,009	3,372	0,022 ^b
	Residual	0,257	92	0,003		
	Total	0,285	95			

a. Dependent Variable: LogTobinQ

b. Predictors: (Constant), CSR.SOS, CSR.EKON, CSR.LING

Sumber: Data Sekunder, 2019 (diolah)

Berdasarkan Tabel 8, dapat diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 3,372 dengan nilai signifikansi sebesar 0,022. Karena nilai signifikansi yang diperoleh 0,022 lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi yang terbentuk layak atau baik untuk dijadikan sebagai alat estimasi dan dapat dilanjutkan ke pengujian selanjutnya atau bisa dikatakan jika variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat.

Pengujian Parameter Individual (Uji t)

Pada dasarnya uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengujian hipotesis yang didapat dari hasil uji t dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9
Hasil Uji T

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0,036	0,038		0,938	0,351
1 CSR.EKON	-0,117	0,069	-0,188	-1,694	0,094
CSR.LING	0,112	0,078	0,168	1,436	0,154
CSR.SOS	0,176	0,091	0,233	1,929	0,057

a. Dependent Variable: LogTobinQ

Sumber: Data Sekunder, 2019 (diolah)

Berdasarkan hasil uji statistik t pada Tabel 9, menunjukkan bahwa dari 3 variabel yang dimasukkan dalam model regresi, hanya variabel tanggung jawab sosial perusahaan dimensi lingkungan (CSR.LING) yang tidak signifikan mempengaruhi nilai perusahaan (TobinsQ). Hal ini dapat dilihat dari nilai probabilitas signifikansi untuk CSR.LING sebesar 0,154 ($p > 0,10$). Sedangkan untuk variabel tanggung jawab sosial perusahaan dimensi ekonomi (CSR.EKON) dan tanggung jawab sosial perusahaan dimensi sosial (CSR.SOS) dijelaskan bahwa berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (TobinsQ). Hal ini terlihat dari nilai probabilitas signifikansi CSR.EKON sebesar 0,094 ($p < 0,10$) dan CSR.SOS sebesar 0,057 ($p < 0,10$). Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel nilai perusahaan (TobinsQ) dipengaruhi oleh variabel tanggung jawab sosial perusahaan dimensi ekonomi (CSR.EKON) dan tanggung jawab sosial perusahaan dimensi sosial (CSR.SOS) sedangkan variabel tanggung jawab sosial perusahaan dimensi lingkungan (CSR.LING) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (TobinsQ).

Pembahasan

Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dimensi Ekonomi Terhadap Nilai Perusahaan

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dimensi ekonomi tidak hanya melaporkan keuangan perusahaan saja, tetapi meliputi dampak ekonomi dari kegiatan operasional secara langsung maupun tidak langsung yang dilakukan oleh perusahaan. Selain itu, indikator ekonomi juga menggambarkan bahwa perusahaan juga harus memajukan dan berdampak baik pada perekonomian masyarakat sekitar perusahaan tersebut. Dimensi ekonomi menyangkut keberlanjutan organisasi yang berdampak pada kondisi ekonomi dari *stakeholder* dan sistem ekonomi pada tingkat lokal, nasional, dan tingkat global. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dimensi ekonomi dalam penelitian ini berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini dapat dilihat dari perhitungan uji statistik t, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,094 dan juga diperoleh nilai koefisien sebesar -1,694. Nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,10 yang artinya bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dimensi ekonomi berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan artian jika nilai pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dimensi ekonomi tinggi maka nilai perusahaan semakin menurun. Dimensi ekonomi yang diungkapkan pada laporan tahunan dianggap hanya untuk membangun reputasi yang baik bagi perusahaan. Prior et al (2008) membenarkan argumen bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang

tidak tulus oleh manajemen yang melakukan manipulasi laba sebagai strategi pertahanan diri.

Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dimensi Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dimensi lingkungan dapat menunjukkan seberapa jauh kegiatan perusahaan memberi pengaruh terhadap lingkungan baik secara langsung maupun tidak langsung. Selain itu, dimensi lingkungan juga menjadi tanggung jawab perusahaan untuk memperhatikan, melestarikan, dan menjaga lingkungan dari dampak kegiatan usahanya. Dimensi lingkungan dianggap sebagai investasi untuk waktu yang akan datang, sehingga diharapkan semakin tinggi kinerja tanggung jawab sosial perusahaan dimensi lingkungan maka respon positif dari investor akan meningkat. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dimensi lingkungan dalam penelitian ini berpengaruh positif dan tidak signifikan. Hasil ini dapat dilihat dari perhitungan uji statistik t, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,154 dan juga diperoleh nilai koefisien sebesar 1,436. Nilai signifikansinya lebih besar dari 0,10 yang artinya bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dimensi lingkungan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan mendapatkan perhatian paling sedikit dibandingkan dengan kegiatan-kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan lainnya seperti pelayanan sosial, kesehatan, pendidikan, dan lain-lain. Kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan dan dampaknya terhadap performa finansial perusahaan dilihat dari harga saham perusahaan-perusahaan LQ45 membuktikan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan tidak memiliki pengaruh terhadap finansial perusahaan dibandingkan dengan kegiatan untuk kesejahteraan karyawan dan komunitas. Saidi dan Abidin (2004) juga menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan mendapatkan suntikan biaya yang paling kecil jika dibandingkan dengan kegiatan sosial yang lainnya. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Wardoyo dan Veronica (2013) dan Fajriana dan Priantinah (2016) yang menyatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap nilai perusahaan diperoleh nilai yang tidak signifikan dan juga diperoleh nilai koefisien yang positif.

Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dimensi Sosial Terhadap Nilai Perusahaan

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dimensi sosial dapat diartikan bahwa perusahaan harus bertanggung jawab terhadap dampak sosial yang dihasilkan oleh perusahaan kepada masyarakat, baik secara langsung maupun tidak langsung. Pertanggung jawaban perusahaan tidak hanya kepada masyarakat, tetapi perusahaan memiliki tanggung jawab kepada para karyawan, pelanggan, dan *stakeholders*. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dimensi sosial dalam penelitian ini berpengaruh positif dan signifikan. Hasil ini ditunjukkan pada perhitungan uji statistik t, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,057 dan juga diperoleh nilai koefisien sebesar 1,929. Nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,10 yang artinya bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dimensi sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Kepedulian perusahaan terhadap kehidupan masyarakat sekitar, kesejahteraan karyawan, dan konsumen dapat meminimalkan ancaman keberlangsungan hidup suatu perusahaan sehingga perusahaan dapat menjalankan aktivitas operasional perusahaan dalam kurun waktu tertentu di masa yang akan datang. Hal ini akan menjadi pertimbangan bagi investor maupun calon investor dalam memutuskan investasi. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rosiana (2013) dan Harjoto dan Jo (2011) yang menyatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap

nilai perusahaan, artinya bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan informasi yang penting bagi investor dan calon investor karena informasi tersebut dapat mempengaruhi keputusan untuk berinvestasi.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap nilai perusahaan. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2014 - 2017 dengan sampel sebanyak 24 perusahaan. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini antara lain yaitu, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas data, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Dari hasil pengujian, data yang dihasilkan terdistribusi normal, dan dalam model regresi bebas dari gejala multikolinieritas, gejala heteroskedastisitas, dan gejala autokorelasi. Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap nilai perusahaan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: (1) pertama, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dimensi ekonomi berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini dibuktikan dari nilai signifikansi sebesar 0,094 lebih kecil dari tingkat signifikansi yang diharapkan sebesar 0,10 dan t hitung sebesar -1,694. Oleh karena itu, hipotesis pertama yang menyatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dimensi ekonomi berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan diterima, (2) kedua, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dimensi lingkungan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini ditunjukkan dari nilai signifikansi sebesar 0,154 lebih besar dari tingkat signifikansi yang diharapkan yaitu 0,10 dan t hitung sebesar 1,436. Oleh karena itu, hipotesis kedua yang menyatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dimensi lingkungan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan ditolak, (3) ketiga, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dimensi sosial berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini ditunjukkan dari nilai signifikansi sebesar 0,057 lebih kecil dari tingkat signifikansi yang diharapkan yaitu 0,10 dan t hitung sebesar 1,929. Oleh karena itu, hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dimensi sosial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan diterima.

Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan dalam penelitian ini, maka penelitian ini mengajukan beberapa saran untuk peneliti selanjutnya supaya menggunakan sampel penelitian dengan jenis industri yang lebih luas dan bervariasi, serta melakukan penelitian dengan menggunakan jumlah sampel yang lebih besar dan melakukan penelitian dengan periode yang lebih panjang. Jumlah sampel yang lebih besar dengan periode yang lebih panjang akan memberikan hasil penelitian yang lebih baik, selain itu dapat menambahkan variabel-variabel lain yang belum termasuk dalam model regresi pada penelitian ini seperti variabel *Good Corporate Governance* sehingga lebih mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap nilai perusahaan.

Keterbatasan

Penelitian ini memiliki keterbatasan. Keterbatasan tersebut yaitu populasi yang dilakukan dalam penelitian ini hanya memfokuskan pada perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI dan tidak semua perusahaan perbankan memenuhi kriteria sampel penelitian karena tidak diketemukan laporan keuangan dan laporan tahunan secara berturut-turut selama periode tahun penelitian yaitu tahun 2014-2017. Selain itu, periode dalam penelitian ini relatif

pendek hanya empat periode saja, hal ini dikarenakan keterbatasan dalam perolehan data laporan keuangan dan laporan tahunan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Silvia. 2013. *Pengaruh Profitabilitas dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)*. Jurnal Akuntansi.
- Baron, David P. 2006. *Business and Its Environment*. Fifth Edition. Education Inc. New Jersey.
- Deegan, C., Robin, dan Tobin. 2002. *The Legitimasing Effect of Social and Environment Disclosure – A Theoretical Foundation*. Accounting, Auditing and Accountability Journal.
- Fajriana, A., dan Priantina, D. 2016. *Pengaruh Corporate Social Responsibility, Keputusan Investasi dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan*. Jurnal Nominal, 5(2):16-18.
- Ghozali, Imam. 2007. *Teori Akuntansi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- _____. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- _____. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- _____. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Griffin, Ricky W dan Ronald J. Ebert. 2003. *Business*. Seventh Edition. Prentice Hall. New Jersey.
- Gusti Made Ayu Ervina Rosiana dkk. 2013. *Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi*. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana. Bali.
- Haruman, Tendi. 2008. *Pengaruh Struktur Kepemilikan terhadap Keputusan Keuangan dan Nilai Perusahaan: Surveoy pada Perusahaan Manufaktur di PT. Bursa Efek Indonesia*. Simposium Nasional Akuntansi XI. Pontianak.
- Jo, H., dan Harjoto, M. A. 2011. *Corporate Governance and Firm Value: The Impact of Corporate Social Responsibility*. Journal of Business Ethics.
- Kasmir. 2010. *Pengantar Manajemen Keuangan*. Edisi Pertama. Cetakan ke-1. Kencana Prenada Media. Jakarta.
- Keown, Arthur J. 2009. *Manajemen Keuangan*. Edisi 10. PT. Macan Jaya Cemerlang. Jakarta.
- Kotler, P dan Nancy Lee. 2005. *Corporate Social Responsibility, Doing Good for Your Company and Your Cause*. Wiley and Son Inc. New Jersey.
- Nurlela, Rika., dan Islahuddin. 2008. *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta)*. Simposium Nasional Akuntansi XI. Pontianak.
- Prasetyorini, B. F. 2013. *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price, Earning Ratio dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan*. Jurnal Ilmu Manajemen.
- Prior, D. et al. 2008. *Are Socially Responsible Managers Really Ethical? Exploring the Relationship Between Earnings Management and Corporate Social Responsibility*. Journal Compilation. 16(3).
- Purwaningtyas, Frysa P. 2011. *Analisis Pengaruh Mekanisme Good Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2007-2009)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Semarang.
- Rustiarini, Ni W. 2010. *Pengaruh Corporate Governance pada Hubungan Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan*. Simposium Nasional Akuntansi III. Purwokerto.
- Saidi dan Abidin. 2004. *Corporate Social Responsibility Alternatif Bagi Pembangunan Indonesia*. ICSD. Jakarta.
- Salvatore, D. 2002. *Managerial Economics*. Erlangga. Jakarta.

- Samuel. 2000. *Pentingnya Nilai Perusahaan Bagi Investor*. Wordpress.com.
- Santoso. 2002. *SPSS Statistik Parametik*. PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Scott, Scafer *et al.* 2013. *Economics of Strategy*. Edisi Keenam. John Wiley and Sons. Singapura.
- Susanto, Priyatna B. dan Imam Subekti. 2013. *Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan (Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*. 1(2). Malang.
- Tjipto, Elsa Paulina dan Juniarti. 2016. *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Property dan Real Estate*. *Business Accounting Review* 4(1):24-36.
- Untung, Hendrik Budi. 2008. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta Sinar Grafika. Jakarta.
- Wardoyo dan Veronica, T. R. 2013. *Pengaruh Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility dan Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan*. *Jurnal Dinamika Manajemen*. 4(2):132-149.
- Wibisono, Yusuf. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*. Fasco Publishing. Gresik.
- Zarlia, Jessika dan Hasan Salim. 2014. *Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013)*. *Jurnal Manajemen*.
- <http://www.idx.co.id>