

KOLABORASI RISET DOSEN DAN MAHASISWA

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI  
PERUSAHAAN (Studi Pada Perusahaan Perbankan  
Yang Terdaftar di BEI Periode 2010-2014)**

**ARTIKEL ILMIAH**



Oleh :

**DONNA ADHANI**

**2012310261**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
SURABAYA  
2016**

## PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Donna Adhani  
Tempat, Tanggal Lahir : Kediri, 05 Mei 1994  
N.I.M : 2012310261  
Jurusan : Akuntansi  
Program Pendidikan : Strata I  
Konsentrasi : Akuntansi Perbankan  
Judul : Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap  
Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Perbankan  
Yang Terdaftar di BEI periode 2010-2014)

**Disetujui dan diterima baik oleh:**

Dosen Pembimbing,  
Tanggal: 17 Maret 2016

**(Supriyati, S.E., M.Si., Ak., CA, CTA)**

Ketua Program Sarjana Akuntansi,

Tanggal: 05 April 2016

**(Dr. Luciana Spica Almilia, SE, M.Si, QIA)**

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI  
PERUSAHAAN (Studi Pada Perusahaan Perbankan  
Yang Terdaftar di BEI Periode 2010-2014)**

Supriyati

STIE Perbanas Surabaya

Email : [supriyati@perbanas.ac.id](mailto:supriyati@perbanas.ac.id)

Jl. Nginden Semolo 34-36 Surabaya

Donna Adhani

STIE Perbanas Surabaya

Email: [donnaadhani.06122010@gmail.com](mailto:donnaadhani.06122010@gmail.com)

*This study aimed to examine the effect of Corporate Social Responsibility (CSR) on value of company at banking companies listed on the Indonesian Stock Exchange (BEI). The data used in this research is secondary data. Samples in this study are banking companies listed in the Indonesia Stock Exchange (BEI) in 2010-2014. The number of samples tested was 78 samples. Test equipment used in this study is the linear regression test. Results of this research is Corporate Social Responsibility (CSR) significantly affects the value of the company by proxy Price to Book Value. Results of testing  $R^2$  is Corporate Social Responsibility (CSR) can only explain 11.7% of the value of the company while the remaining 88.3% is explained by other variables.*

*Key : Corporate Social Responsibility (CSR), value of company*

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan dunia usaha pada saat ini berkembang semakin pesat, oleh karena itu semakin banyak dan semakin sulit juga persoalan yang dihadapi oleh perusahaan. Salah satu persoalan yang dihadapi perusahaan adalah dampak dari aktivitas operasional perusahaan. Dampak dari aktivitas operasional tersebut antara lain adalah kerusakan lingkungan di sekitar perusahaan. Sehingga, perusahaan dituntut untuk memperhatikan dampak sosial dan lingkungan yang terjadi akibat dari aktivitas operasional perusahaan tersebut yang biasa disebut dengan CSR (*Corporate Social Responsibility*).

Wacana tentang tanggung jawab sosial perusahaan di kalangan perbankan Indonesia sudah sangat berkembang pesat. Setelah

ditetapkannya UU No 40 tahun 2007 pasal 74 tentang keharusan Perseroan Terbatas melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan, perusahaan-perusahaan di Indonesia mau tidak mau harus berkewajiban melaksanakan program CSR. Apabila program CSR tidak dilaksanakan, maka pemerintah dapat memberikan sanksi sesuai dengan ketentuan undang-undang yang berlaku (pasal 74, ayat 3). Kepatuhan untuk melaksanakan CSR berdasarkan perintah undang-undang menjadi salah satu dorongan perusahaan untuk melaksanakan program CSR.

Setiap perusahaan tentunya menginginkan nilai perusahaan mereka selalu meningkat, begitu juga dengan investor. Karena, dengan meningkatnya nilai

perusahaan akan membuat kesejahteraan mereka semakin meningkat pula. Namun, pada kenyataannya nilai perusahaan selalu berubah-ubah dan tidak selalu meningkat sehingga kesejahteraan yang diinginkan akan sulit tercapai.

Nilai perusahaan akan dinilai baik apabila perusahaan memiliki kinerja yang baik. Kinerja yang baik itu berkaitan langsung dengan aktivitas usaha perusahaan, ataupun kinerja yang berkaitan dengan aktivitas umum yang berupa kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial, dan hal itu dapat meningkatkan nilai perusahaan apabila dilakukan secara berkelanjutan (*sustainable*).

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka masalah penelitian ini dapat dirumuskan dengan apakah CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan?. Berdasarkan perumusan masalah ini, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk menguji apakah terdapat pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perbankan.

## **RERANGKA TEORITIS**

### **STAKEHOLDER THEORY**

Asmaul Janah (2012), mengatakan bahwa “semua *stakeholder* mempunyai hak untuk memperoleh informasi mengenai aktivitas perusahaan yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan mereka”.

### **LEGITIMACY THEORY**

Rizha artha (2013) mendefinisikan *legitimacy theory* sebagai :

Dalam teori ini disebutkan bahwa organisasi selalu mencoba meyakinkan bahwa kegiatan yang dilakukan sesuai dengan norma masyarakat sekitar. Organisasi berusaha menciptakan keselarasan antara nilai sosial yang ada pada kegiatan organisasi dengan norma perilaku yang ada dalam sistem sosial masyarakat.

### **SIGNALING THEORY**

Jama'an (2008) mendefinisikan :

*Signaling theory* mengemukakan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Sinyal dapat berupa promosi atau informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain.

### **CSR (CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY)**

CSR merupakan bagian strategi bisnis korporasi yang berkaitan dengan kelangsungan usaha dalam jangka panjang. Selain itu, semua konsep CSR menawarkan sebuah kesamaan, yaitu keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis dan perhatian terhadap aspek sosial, serta lingkungan. Standar yang dipakai oleh perusahaan perbankan dalam menjalankan program CSR adalah standar GRI (*Global Reporting Initiative*). Standar GRI (*Global Reporting Initiative*) merupakan sebuah jaringan berbasis organisasi yang telah memelopori perkembangan dunia, paling banyak menggunakan kerangka laporan keberlanjutan dan berkomitmen untuk terus-menerus melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia.

### **NILAI PERUSAHAAN**

Nilai perusahaan merupakan persepsi para investor terhadap perusahaan yang sering sekali dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi akan membuat nilai perusahaan juga akan semakin tinggi. Nilai perusahaan menggambarkan seberapa baik atau buruk manajemen mengelola kekayaan yang dimiliki oleh perusahaan, hal ini bisa dilihat dari pengukuran kinerja keuangan yang diperoleh. Suatu perusahaan

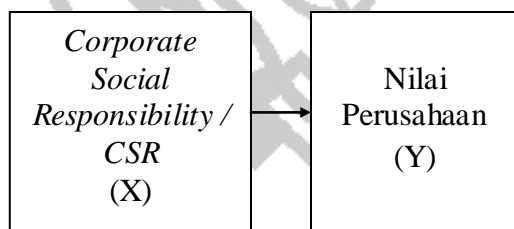
akan berusaha untuk memaksimalkan nilai perusahaannya. Peningkatan nilai perusahaan biasanya ditandai dengan naiknya harga saham di pasar.

## HUBUNGAN ANTARA CSR DENGAN NILAI PERUSAHAAN

Dengan *Corporate Social Responsibility* citra perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen semakin tinggi. Seiring meningkatnya loyalitas konsumen dalam waktu yang lama, maka penjualan perusahaan akan semakin membaik, dan pada akhirnya dengan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*, diharapkan tingkat profitabilitas perusahaan juga meningkat. Oleh karena itu, *Corporate Social Responsibility* berperan penting dalam meningkatkan nilai perusahaan sebagai hasil dari peningkatan penjualan perusahaan dengan cara melakukan berbagai aktifitas sosial dilingkungan sekitarnya.

Berdasarkan teori dan latar belakang permasalahan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat dibuat hipotesis sebagai berikut :

H1 : CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan



Gambar 1  
Kerangka Pemikiran

## METODE PENELITIAN

### KLASIFIKASI SAMPEL

Populasi penelitian ini adalah perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode

tahun 2010-2014. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel berupa *purposive sampling*, dengan memuat beberapa kriteria.

Kriteria tersebut antara lain :

- Perusahaan sampel terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2010-2014 dalam kelompok perusahaan perbankan *go public* yang menerbitkan laporan tahunan (*annual report*) secara berturut-turut.
- Menerbitkan laporan keuangan tahunan untuk periode yang berakhir 31 Desember selama periode 2010-2014.
- Perusahaan sampel melakukan pengungkapan CSR dalam laporan tahunan secara berturut-turut selama periode 2010-2014.
- Perusahaan sampel memiliki semua data yang dibutuhkan secara lengkap selama periode pengamatan.

## DATA PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Bursa Efek Indonesia (BEI) atau dengan mengakses data sekunder berupa laporan keuangan, *annual report* yang dapat diperoleh melalui situs *homepage* Bursa Efek Indonesia (BEI). Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan cara mengumpulkan, mencatat, dan mengkaji data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan atau *annual report* yang dapat diperoleh melalui situs *homepage* Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu <http://www.idx.co.id>.

## VARIABEL PENELITIAN

Variabel penelitian dalam penelitian ini meliputi variabel independen (*Corporate Social Responsibility*) dan variabel dependen (nilai perusahaan).

## DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL

### 1. CSR

CSR merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan terhadap lingkungan pada sekitar perusahaan.

Pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan dalam laporan tahunan dapat diukur dengan cara menghitung indeks pengungkapan sosial :

0 = perusahaan tidak mengungkapkan CSR

1 = perusahaan mengungkapkan CSR

Indeks pengungkapan sosial perusahaan tersebut kemudian dihitung melalui jumlah item yang sesungguhnya diungkapkan perusahaan dengan jumlah semua item yang mungkin diungkapkan. CSR diukur dengan menggunakan rumus:

$$PS = \frac{\text{jumlah item CSR yang diungkapkan oleh perusahaan}}{79 \text{ item informasi CSR}} \times 100\%$$

### 2. NILAI PERUSAHAAN

Nilai perusahaan dalam penelitian ini dapat didefinisikan sebagai nilai pasar. Karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi pula kemakmuran pemegang saham. Untuk mencapai nilai perusahaan umumnya para pemodal menyerahkan pengelolaannya kepada para profesional. Para profesional diposisikan sebagai manajer ataupun komisaris.

Nilai perusahaan yang diukur menggunakan *Price to Book Value* (PBV). Rumus yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

$$PBV = \frac{\text{HARGA SAHAM}}{\text{NILAI BUKU SAHAM (BV)}}$$

$$BV = \frac{\text{TOTAL ASSET} - \text{TOTAL EKUITAS}}{\text{SAHAM BEREDAR}}$$

## TEKNIK ANALISIS DATA

### ANALISIS DESKRIPTIF

Statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsi suatu data yang dilihat dari *mean, median, maximum, minimum*. Pengujian ini dilakukan untuk memudahkan untuk memahami variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.

### UJI NORMALITAS

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Uji normalitas dengan grafik dapat menyedatkan kalau tidak hati-hati secara visual kelihatan normal, padahal secara statistik bisa sebaliknya. Oleh sebab itu dianjurkan disamping uji grafik dilengkapi dengan uji statistik. Uji statistik lain yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Uji K-S dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut :

1. Bila probabilitas  $\leq$  tingkat signifikansi (Sig  $\leq$  0,05), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, data terdistribusi tidak normal.
2. Bila probabilitas  $>$  tingkat signifikansi (Sig  $>$  0,05), maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, data terdistribusi normal.

Dengan hipotesis :

$H_0$  : Data residual berdistribusi normal

$H_a$  : Data residual tidak berdistribusi normal

## ANALISIS REGRESI

Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, apakah variabel independen berhubungan positif atau negative, untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Adapun variabel independen yang terdapat dalam penelitian ini adalah CSR yang diuji pengaruhnya terhadap variabel dependen nilai perusahaan yang diprosikan oleh PBV. Maka didapatkan rumus persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta \text{CSR} + e$$

- Y = Nilai Perusahaan
- $\alpha$  = konstanta regresi
- $\beta$  = koefisien regresi nilai CSR
- e = error

### a. Uji $R^2$

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel

independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

### b. Uji t

Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh masing-masing variabel independen secara individu dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pada uji t, nilai t hitung akan dibandingkan dengan nilai t tabel, dilakukan dengan cara sebagai berikut:

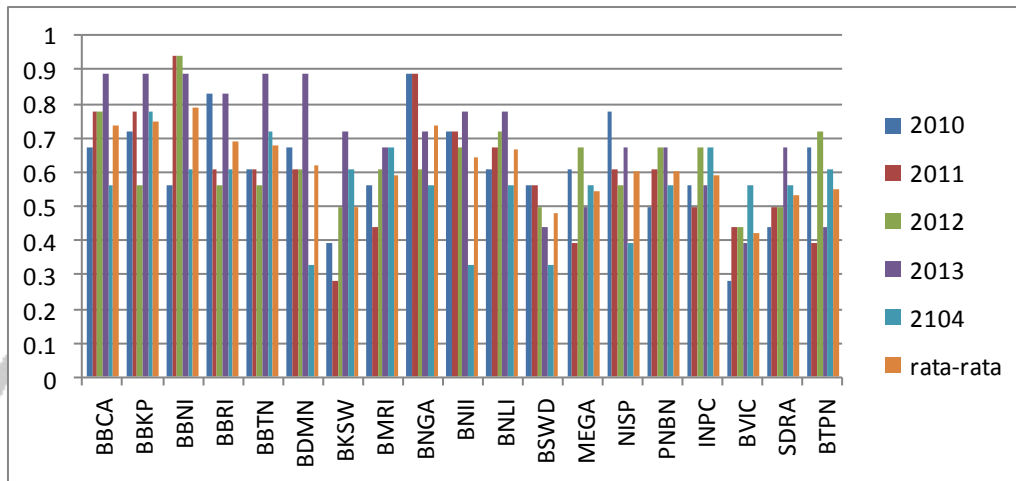
1. Bila probabilitas  $\leq$  tingkat signifikansi t hitung ( $\text{Sig} \leq 0,05$ ), maka  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak, variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Bila probabilitas  $>$  tingkat signifikansi t hitung ( $\text{Sig} > 0,05$ ), maka  $H_1$  ditolak dan  $H_0$  diterima, variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Dengan hipotesis :

$H_0$  = CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan

$H_1$  = CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN



**GAMBAR 2**  
**GRAFIK CSR 2010-2014 DAN RATA-RATA**

Berdasarkan gambar 2, hal ini menunjukkan bahwa komposit pengungkapan CSR dengan indeks GRI pada periode 2010-2014 oleh 19 bank yang memiliki perbedaan rata-rata dalam mengungkapkan CSR. Semakin tinggi prosentase rerata yang diperoleh maka semakin baik perusahaan tersebut dalam mengungkapkan CSR, artinya perusahaan tersebut telah banyak mengimplementasikan kegiatan CSR yang terdapat pada indeks GRI selama periode 2010-2014. Sedangkan semakin rendah prosentase rata-rata yang diperoleh maka perusahaan tersebut dinilai kurang baik dalam mengimplementasikan kegiatan CSR berdasarkan indeks GRI selama periode 2010-2014.

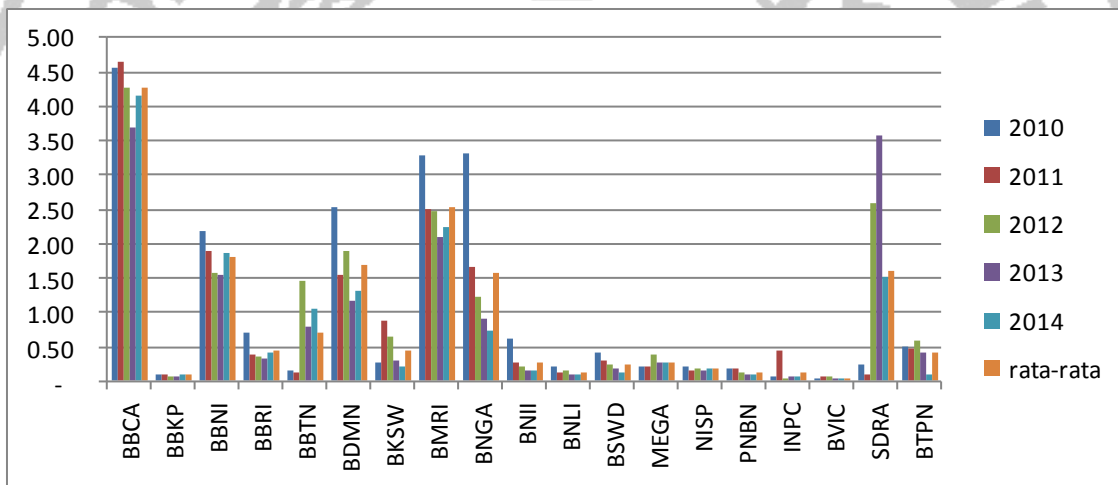
Sebagai contoh bank yang memperoleh prosentase tertinggi adalah Bank Negara Indonesia Tbk (Bank BNI) yang memperoleh prosentase rata-rata 79% yang dapat diartikan bahwa Bank BNI merupakan bank terbaik diantara 19 bank dalam penelitian ini. Jika dilihat dari tabel 4.2 mengenai pengungkapan CSR, Bank

BNI telah mengungkapkan kegiatan CSRnya lebih dari 50% atau diatas 9 indikator dari 18 indikator pada setiap tahunnya. Pada tahun 2010, Bank BNI mengungkapkan 10 item indikator CSR dengan tingkat prosentase 56% yang membuat Bank BNI mendapatkan Indonesian Awards CSR *Gold Participation "Launching Indonesian CSR"*, *Corporate Forum for Community Development (CFCD)*. Pada tahun 2011, Bank BNI mengungkapkan 17 item indikator CSR dengan tingkat prosentase 94% yang membuat bank BNI mendapatkan *Program & People Award CSR Category 2011 Program & People Award CSR Category, MIX (Marketing Communication)*; *Indonesia CSR Award 2011 Penghargaan Gold kategori Ekonomi, Indonesia CSR Award 2011 – Social Investment & Sustainable Development (Program Kampung BNI Tenun (Kementerian Sosial RI); dan Indonesia CSR Award 2011 Penghargaan Platinum kategori Sosial, Indonesia CSR Award 2011 – Social Investment & Sustainable Development*



(Program Hutan Kota BNI Banda Aceh) (Kementerian Sosial RI). Pada tahun 2012, Bank BNI mengungkapkan 17 item indikator CSR dengan tingkat persentase 94% yang membuat bank BNI mendapatkan Penghargaan Hari Menanam Pohon 2012 Apresiasi Dalam Gerakan Penanaman Satu Miliar Pohon (Kementerian Kehutanan RI); *Most Admired Enterprise in the Employment Category* dan *Most Admired Enterprise in the Corporate Social Responsibility Category* (The ASEAN Business Advisory Council (ASEAN-BAC)). Pada tahun 2013, Bank BNI mengungkapkan 16 item indikator CSR dengan tingkat persentase

89% yang membuat bank BNI mendapatkan Gerakan Penanaman Satu Miliar Pohon 2012 (Kementerian Lingkungan Hidup); Penghargaan ‘Gold’ Bidang Penanaman Pohon di atas Lahan yang Tidak Produktif Gelar Karya Pemberdayaan Masyarakat Awards 2013 (Menteri Koordinator Bidang Kesejahteraan Rakyat). Pada tahun 2014, Bank BNI mengungkapkan 11 item indikator CSR dengan tingkat persentase 61% yang membuat bank BNI mendapatkan Indonesian CSR Awards 2014 “Kampoeng BNI Imogiri”.



**GAMBAR 3**  
**GRAFIK NILAI PERUSAHAAN TAHUN 2010-2014 DAN RATA-RATA**

Berdasarkan gambar 3, hal ini menunjukkan bahwa komposit pengungkapan nilai perusahaan pada periode 2010-2014 oleh 19 bank yang memiliki perbedaan rata-rata dalam nilai perusahaannya. Semakin tinggi nilai perusahaan, maka semakin baik pula citra bank di mata masyarakat dan investor, jika semakin rendah nilai perusahaan maka semakin buurk pula citra bank tersebut di mata masyarakat dan investor. Hal ini disebabkan karena masyarakat cenderung menyukai bank yang dekat dengan masyarakat dan investor menyukai bank

yang mempunyai nilai perusahaan tinggi karena dari nilai perusahaan tersebut investor dapat menyimpulkan apakah bank tersebut dapat berjalan dengan baik di msa yang akan datang, dan jika investor menanamkan modalnya pada bank tersebut ia akan mendapatkan laba.

Sebagai contoh Bank yang memperoleh rata-rata nilai perusahaan tertinggi adalah Bank Centarl Asia Tbk (Bank BCA). Bank BCA mendapatkan rata-rata nilai perusahaan sebesar 4,27. Hal ini didapat kerana pada tahun 2010 bank BCA mendapatkan nilai perusahaan sebesar 4,57,

pada tahun 2011 bank BCA mendapatkan nilai perusahaan sebesar 4,64, pada tahun 2012 bank BCA mendapatkan nilai perusahaan sebesar 4,28, pada tahun 2013 bank BCA mendapatkan nilai perusahaan sebesar 3,70, dan pada tahun 2014 bank BCA mendapatkan nilai perusahaan sebesar 4,17.

Pada tahun 2010, perekonomian dunia mulai pulih setelah pada tahun 2008-2009 mengalami penurunan ekonomi. Sepanjang tahun 2010 Bank BCA menerapkan kebijakan suku bunga rendah dan mendukung ketersediaan likuiditas dalam sistem ekonomi. Sehingga pada tahun 2010, total asset dan total ekuitas meningkat, dan menghasilkan nilai perusahaan yang tinggi. Pada tahun 2011, total asset naik sebesar 17,7% dan total ekuitas meningkat sebesar 23,2% dan menghasilkan nilai perusahaan yang tinggi dibandingkan dengan tahun 2010. Pada tahun 2012, total asset naik sebesar 16% dan total ekuitas meningkat sebesar 23,5%, hal

ini membuat nilai perusahaan pada tahun 2012 turun dibandingkan tahun 2011. Pada tahun 2013, di Indonesia sedang terjadi ketidakpastian perekonomian global dan melambatnya pertumbuhan ekonomi dalam negeri, tetapi meskipun demikian bank BCA tetap berusaha untuk menjadi bank yang terkokoh di Indonesia, hal ini dapat dilihat dengan tetap naiknya total asset sebesar 12% dan total ekuitas meningkat sebesar 23,3%, tetapi tidak dapat dipungkiri juga jika ketidakpastian ekonomi di Indonesia ini membuat nilai perusahaan Bank BCA menurun dibandingkan tahun 2012. Pada tahun 2014 merupakan masa transisi bagi Indonesia yang ditandai dengan tingginya volatilitas pasar valuta asing dan pasar modal, serta berlanjutnya tekanan terhadap harga-harga komoditas. total asset naik sebesar 11,3% dan total ekuitas meningkat sebesar 21,8%, hal ini membuat nilai perusahaan pada tahun 2014 turun dibandingkan tahun 2013.

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**  
**UJI DESKRIPTIVE**

**TABEL 1**  
**STATISTIK DESKRIPTIVE**

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PBV	78	.01	2.10	.4989	.54951
CSR	78	.28	.94	.6023	.15248
Valid N (listwise)	78				

Sumber : data diolah

Selama periode pengamatan 2010-2014 jumlah sampel yang diteliti adalah 78 sampel. Dari 78 sampel, nilai minimum yang diperoleh CSR adalah 0,28 dan nilai maximum sebesar 0,94. Rata-rata

pengungkapan CSR dari 78 sampel adalah 0,6023 dengan deviasi standar sebesar 0,15 yang dapat diartikan bahwa jarak/rentang pengungkapan CSR data satu dengan yang lainnya sebesar 0,15. Nilai rata-rata CSR

lebih kecil dibandingkan dengan deviasi standarnya, sehingga dapat disimpulkan bahwa penyimpangan semakng tinggi, artinya semakin tinggi deviasi standar maka sampel data semakin heterogen (menyebar).

Selama periode pengamatan 2010-2014, nilai minimum yang diperoleh nilai perusahaan adalah 0,01 dan nilai maximum sebesar 2,10. Rata-rata pengungkapan nilai perusahaan dari 78 sampel perusahaan

adalah 0,498 dengan deviasi standar sebesar 0,54 yang dapat diartikan bahwa jarak/rentang pengungkapan CSR data satu dengan yang lainnya sebesar 0,54. Nilai rata-rata nilai perusahaan lebih besar dibandingkan dengan deviasi standarnya, sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat penyimpangan yang rendah, artinya semakin rendah deviasi standar maka sampel data semakin homogen (hampir sama).

### UJI NORMALITAS

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Uji statistik yang dapat digunakan

untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Bila probabilitas  $\leq$  tingkat signifikansi ( $\text{Sig} \leq 0,05$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, data terdistribusi tidak normal. Bila probabilitas  $>$  tingkat signifikansi ( $\text{Sig} > 0,05$ ), maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, data terdistribusi normal.

**TABEL 2**  
**UJI NORMALITAS ONE-SAMPLE KOLOMOGOROV SMIRNOV**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		78
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	-.3675654
	Std. Deviation	.52906414
Most Extreme Differences	Absolute	.139
	Positive	.139
	Negative	-.086
Kolmogorov-Smirnov Z		1.231
Asymp. Sig. (2-tailed)		.097

a. Test distribution is Normal.

Sumber : data diolah

Jumlah sampel awal penelitian adalah 95 sampel. Hasil uji normalitas dengan N sebanyak 95, hasil Asymp. Sig. (2-tailed) adalah 0,000 yang berarti bahwa data tidak terdistribusi normal karena  $\text{sig} < 0,05$ . Maka untuk menormalkan data

dilakukanlah uji outlier sehingga hasil penghapusan data outlier adalah Asymp. Sig (2-tailed)  $> 0,097$  yang berarti bahwa data berdistribusi normal dan layak untuk digunakan dalam penelitian. Dengan jumlah sampel sebanyak 78 sampel.

## UJI REGRESI LINEAR

Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, apakah variabel independen berhubungan positif atau negative, untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai

variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

### a. Uji R<sup>2</sup>

Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

**TABEL 3**  
**UJI R<sup>2</sup> (KOEFSIEN DETERMINASI)**

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.342 <sup>a</sup>	.117	.105	.51984

a. Predictors: (Constant), CSR

b. Dependent Variable: PBV

Sumber : data diolah

Dari tabel 4.9 didapat dari R Square (R<sup>2</sup>) pada CSR sebesar 0,117 atau 11,7% yang artinya variabel independen yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR)

hanya dapat menjelaskan 11,7% terhadap nilai perusahaan sedangkan sisanya sebesar 88,3% dijelaskan oleh variabel-variabel lainnya.

### b. Uji t

Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh masing-masing variabel independen secara individu dalam menerangkan variasi variabel dependen. Bila probabilitas  $\leq$  tingkat signifikansi t hitung ( $\text{Sig} \leq 0,05$ ), maka H1 diterima dan Ho ditolak, variabel independen

berpengaruh terhadap variabel dependen. Bila probabilitas  $>$  tingkat signifikansi t hitung ( $\text{Sig} > 0,05$ ), maka H1 ditolak dan Ho diterima, variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

**TABEL 4**  
**Uji t**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.243	.241		-1.006	.318
	CSR	1.231	.389	.342	3.169	.002

a. Dependent Variable: PBV

Sumber : data diolah

Dari hasil uji t pada , nilai signifikan 0,002. Hasil uji t ini menunjukkan bahwa H0 ditolak, yang berarti bahwa CSR memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Valeria Kunthi Setyowati, Zahroh Z.A dan M.G. Wi Endang (2014), yang mendapatkan hasil uji regresi menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.

$$Y = -0.243 + 1.231CSR$$

Jika variabel independen dianggap konstanta, maka rata-rata nilai perusahaan sebesar -0,243. Untuk setiap kenaikan satu satuan CSR, maka nilai PBV akan naik sebesar 1,231 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif hubungan CSR dengan nilai PBV, semakin besar nilai CSR maka semakin besar pula nilai PBV.

## HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

*Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan-kerusakan lingkungan yang terjadi sebagai akibat dari aktivitas operasional yang dilakukan perusahaan. Nilai perusahaan menggambarkan seberapa baik atau buruk manajemen mengelola kekayaan yang dimiliki oleh perusahaan, hal ini bisa dilihat dari pengukuran kinerja keuangan yang diperoleh.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam laporan tahunan memperkuat citra perusahaan dan menjadi sebagai salah satu pertimbangan yang diperhatikan investor maupun calon investor memilih tempat investasi karena menganggap bahwa perusahaan tidak lagi hanya mengejar profit semata tetapi sudah memperhatikan lingkungan dan masyarakat. Dengan *Corporate Social Responsibility* citra perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen semakin tinggi. Seiring meningkatnya loyalitas konsumen dalam waktu yang lama, maka penjualan perusahaan akan semakin membaik, dan

pada akhirnya dengan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*, diharapkan tingkat profitabilitas perusahaan juga meningkat. Oleh karena itu, *Corporate Social Responsibility* berperan penting dalam meningkatkan nilai perusahaan sebagai hasil dari peningkatan penjualan perusahaan dengan cara melakukan berbagai aktifitas sosial dilingkungan sekitarnya.

Dari 78 sampel tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa jika CSR suatu perusahaan tergolong tinggi maka nilai perusahaan juga akan semakin tinggi. Begitu pula sebaliknya, jika CSR suatu perusahaan tergolong rendah maka nilai perusahaan juga akan semakin rendah.

Berdasarkan hasil uji deskriptif dapat disimpulkan bahwa rata-rata pengungkapan CSR dari 78 sampel memiliki rata-rata 0,6023 dan deviasi standar sebesar 0,15 yang berarti bahwa jarak/retan pengungkapan CSR dari satu dengan yang lainnya sebesar 0,15. Rata-rata pengungkapan nilai perusahaan adalah 0,498 dengan deviasi standar sebesar 0,54. Berdasarkan uji  $R^2$  maka dapat disimpulkan bahwa 11,7% pengungkapan variabel CSR dapat menjelaskan nilai perusahaan, sedangkan sisanya sebesar 88,3% dijelaskan

oleh variabel lain. Berdasarkan hasil uji t dapat disimpulkan bahwa variabel CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikan sebesar 0,002 yang berarti bahwa H1 diterima yang berbunyi bahwa CSR (*Corporate Social Responsibility*) berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Valeria Kunthi Setyowati, Zahroh Z.A dan M.G. Wi Endang (2014) yang menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan. Hasil dari uji model regresi secara parsial Y nilai perusahaan, koefisien beta CSR sebesar 0,604 dengan Sig 0,000 dibandingkan dengan signifikansi  $\alpha = 0,05$ , maka  $0,000 <$

#### **KESIMPULAN, IMPLIKASI, KETERBATASAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari uji normalitas, bahwa data terdistribusi dengan normal setelah dilakukan outlier, sehingga jumlah sampel akhir yang digunakan dalam penelitian sejumlah 78 sampel. Dari pengujian dengan 78 sampel tersebut, hasil yang didapat dari uji deskriptif adalah nilai minimum dari nilai perusahaan yang diperoleh adalah 0,01, nilai maximum sebesar 2,10, rata-rata pengungkapan nilai perusahaan adalah 0,498 dengan deviasi standar sebesar 0,54. Nilai minimum yang diperoleh CSR adalah 0,28 dan nilai maximum sebesar 0,94. Rata-rata pengungkapan CSR dari 78 sampel adalah 0,6023 dengan deviasi standar sebesar 0,15 yang dapat diartikan bahwa jarak/rentang pengungkapan CSR data satu dengan yang lainnya sebesar 0,15. Hasil uji  $R^2$  adalah variabel independen yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR) hanya dapat menjelaskan 11,7% terhadap nilai perusahaan sedangkan sisanya sebesar

0,05 sehingga nilai  $Sig < \alpha$  disimpulkan untuk menerima H1 yaitu CSR berpengaruh signifikan secara parsial terhadap nilai perusahaan. Hasil regresi menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan. Nilai positif *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan menunjukkan hubungan yang berbanding lurus. Variabel dependen yaitu nilai perusahaan adalah sebesar 38,4%, sedangkan sisanya sebesar 62,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini. Penelitian ini dilakukan pada Indeks Bisnis-27 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2012. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 36 sampel penelitian.

88,3% dijelaskan oleh variabel-variabel lainnya. Selanjutnya adalah uji t, hasil uji t menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan tingkat signifikansi 0,002.

Pada penelitian ini rata-rata CSR tertinggi diungkapkan oleh Bank BNI sebesar 0,79, sedangkan rata-rata nilai perusahaan tertinggi di dapatkan oleh Bank BCA sebesar 4,27. Perusahaan perbankan yang mengungkapkan CSR tinggi tidak selalu mendapatkan nilai perusahaan yang tinggi pula. Hal ini dapat terjadi karena pada hasil uji  $R^2$  diketahui bahwa pengungkapan CSR hanya mempengaruhi sebesar 11,7% untuk nilai perusahaan, dan sisanya sebesar 88,3% dipengaruhi oleh variabel lain. Variabel yang dimaksud dalam hal ini adalah total asset, total ekuitas, jumlah saham beredar dan harga saham pasar. Sehingga, pengaruh CSR tidak begitu besar dapat dirasakan untuk mendapatkan nilai perusahaan yang tinggi.

## KETERBATASAN PENELITIAN

Mengingat penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu penelitian selanjutnya diharapkan lebih luas dalam mengembangkan serta memperkuat hasil penelitian ini dengan beberapa pertimbangan. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah :

1. Hasil uji  $R^2$  (Koefisien determinasi) hanya sebesar 11,7% yang berarti bahwa hanya sebesar 11,7% CSR dapat menerangkan nilai perusahaan.
2. Adanya subyektif dalam menilai luas pengungkapan. Hal ini terjadi karena setiap peneliti melihat pengungkapan pertanggungjawaban sosial yang diungkapkan perusahaan dari sudut pandang yang berbeda-beda.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andhika Permana Putra. 2014. *“Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan: Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating”*. Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi Vol. 3 No. 2 (2014) . Hal 2.
- Asmaul Janah. 2012. *“Analisis Pelaksanaan dan Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan Perbankan Di Indonesia (Studi Komparatif Bank Pemerintah Dan Bank Swasta)”*. Skripsi Sarjana Tak Diterbitkan. Universitas Brawijaya. Hal 5,6.
- Anindyati Sarwindah Utami. 2011. *“Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Pemoderasi”*. Skripsi Sarjana Tak Diterbitkan. Universitas Jember. Hal 8, 20.

## SARAN

Adapun saran-saran yang dapat diberikan sehubungan dengan penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Organisasi atau lembaga yang menjadi standar atau acuan pengungkapan CSR diharapkan memberi penjelasan yang lebih rinci agar tidak ada perbedaan persepsi dalam pemahaman masing-masing item pengungkapan.
2. Menggunakan sampel penelitian dari sektor lainnya agar hasil penelitian dapat menggambarkan secara keadaan perusahaan *go public* secara keseluruhan di Indonesia.
3. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel dependen yang lainnya.

Ayu Sri Mahatma Dewi, Ary Wirajaya. 2013. *“Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Pada Nilai Perusahaan”*. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana 4.2 (2013). Hal 361.

Faddy Akbar El Muhammadiyah.2012. *“Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI”*. Skripsi Sarjana Tak Diterbitkan. Universitas Gunadarma.

Imam Ghazali, Anis Chariri. *Teori Akuntansi*. Edisi 3. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Imam Ghazali. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 20*. Edisi 6. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Khusnul Fauziah, Prabowo Yudho J.. 2013 . *“Analisis Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perbankan Syariah Di Indonesia Berdasarkan Islamic Social Reporting Indeks”*. Jurnal Dinamika Akuntansi Vol. 5, No. 1, Maret 2013. Hal 13.
- KT. Yeni Paramita Setianingsih, Ananta Wikrama Tungga Atmaja, Gede Adi Yuniarta. 2014. *“Pengaruh Good Corporate Governance dan Pengungkapan Corporate Sosial Responsibility Terhadap Kinerja Perusahaan dan Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Periode 2010 – 2012)”*. e-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Akuntansi SI (Volume: 2 No:1 Tahun 2014).
- Marzully Nur dan Denies Priantinah. 2012. *“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapancorporate Social Responsibility Di Indonesia (Studi Empiris Pada Perusahaan Berkategori High Profile Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia)”*. Jurnal Nominal / Volume I Nomor I / Tahun 2012. Hal 24, 26.
- Melisa Syahnaz. 2012. *“Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Perbankan”*. Skripsi Sarjana Tak Diterbitkan. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
- Muhammad Yasir Yusuf. 2010. *“Model Pelaksanaan CSR Bank Syariah: Kajian Empiris Pembiayaan Mikro Baitul Mal Aceh”*. Jurnal Ekonomi Islam. Volume IV, No. 2, Desember 2010. Hal 198.
- Reny Dyah Retno M., Denies Priantinah.. 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 / Volume I Nomor I / Tahun 2012. Hal 85, 92, 99-100.
- Rika Nurlela 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)”*. Skripsi Sarjana Tak Diterbitkan. Simposium Nasional Akuntansi (SNA) Ke XI. Hal 7.
- Rimba Kusumadilaga. 2010. *“Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia)”*. Skripsi Sarjana Tak Diterbitkan. Universitas Diponegoro.



- Riza Artha Agustina. 2013. *“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Perbankan Konvensional Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia”*. Skripsi Sarjana Tak Diterbitkan. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Hal 2,4.
- Valeria Kunthi Setyowati, Zahroh Z.A dan M.G. Wi Endang. 2014 . *“Pengaruh Pengungkapan Good Corporate Governance Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan (Pada Indeks Bisnis-27 Yang Terdaftar Di BEI Periode 2010-2012)”*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 15 No. 1 Oktober 2014. Hal 8-9.
- Wahyu Ardimas. 2013. *“Pengaruh Kinerja Keuangan dan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Pada Bank Go Public Yang Terdaftar di BEI”*. Skripsi Sarjana Tak Diterbitkan. Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma.
- Wardoyo, Theodora Martina Veronica. 2013. *“Pengaruh Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility & Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan”*. JDM Vol. 4, No. 2, 2013. Hal 133, 137, 147.
- Wina Febriani. 2010. *“Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Serta Dampaknya Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Kasus Pada PT. Telkom Tbk.)”*. Skripsi Sarjana Tak Diterbitkan. Hal 2, 3.
- Banyak Perusahaan Lakukan CSR Setelah Ada Masalah Dengan Warga (<http://surabaya.bisnis.com/read/20141127/21/76387/banyak-perusahaan-lakukan-csr-setelah-ada-masalah-dengan-warga>, di akses pada tanggal 11 November 2015)
- CSR BCA. ([http://www.bca.co.id/id/about/bakti-bca/bakti\\_bca.jsp](http://www.bca.co.id/id/about/bakti-bca/bakti_bca.jsp), di akses pada tanggal 5 November 2015)
- Harga saham. ([https://id.wikipedia.org/wiki/Harga\\_saham](https://id.wikipedia.org/wiki/Harga_saham), di akses pada tanggal 13 Oktober 2015)
- Jama'an. 2008. (<http://ekonomi.kabo.biz/2011/07/teori-sinyal.html>, di akses pada tanggal Oktober 2015)
- NilaiBuku Saham. (<http://kamusbisnis.com/arti/niki-buku-saham/>, di akses pada tanggal 13 Oktober 2015)
- TitaQuest. 2010. Pengungkapan CSR berdasarkan indikator GRI. (<https://titaviolet.wordpress.com/2010/11/06/pengungkapan-csr-berdasarkan-indikator-gri/>, di akses pada tanggal 11 Oktober 2015)
- UU 40 2007 Perseroan Terbatas. (<http://aria.bapepam.go.id/reksadana/files/regulasi/UU%2040%202007%20Perseroan%20Terbatas.pdf>, di akses pada tanggal 02 Oktober 2015)