



## PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE* TERHADAP PROFITABILITAS DAN NILAI PERUSAHAAN

Mustika Zuhriah<sup>1\*</sup>, Novera Kristianti Maharani<sup>2</sup>  
<sup>1), 2)</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Esa Unggul  
\*Email: mustikazuhriah@student.esaunggul.ac.id

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap profitabilitas yang diproksikan dengan Return on Equity (ROE), Earning per Share (EPS) dan nilai perusahaan yang diproksikan dengan Tobin's Q. Pengukuran tanggung jawab sosial perusahaan menggunakan pedoman pengungkapan Global Reporting Initiative Generation Four (GRI-G4). Sampel penelitian terdiri dari 31 perusahaan yang dipilih menggunakan metode purposive sampling dari 59 perusahaan yang terdaftar dalam sektor consumer goods Bursa Efek Indonesia pada 2018-2020. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berdampak positif terhadap profitabilitas yang diproksikan dengan ROE, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berdampak positif terhadap profitabilitas yang diproksikan dengan EPS, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berdampak positif terhadap nilai perusahaan yang diproksikan dengan Tobin's Q. Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi manajemen perusahaan khususnya sektor consumer goods terkait pentingnya peran pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan untuk meningkatkan profitabilitas dan nilai perusahaan bagi perusahaan yang melaksanakannya.

**Kata Kunci:** Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, Return on Equity, Earning per Share, Nilai Perusahaan

### PENDAHULUAN

Dewasa ini masyarakat di seluruh dunia semakin sadar akan pentingnya pelaksanaan tanggung jawab sosial oleh entitas. Topik mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi isu hangat beberapa tahun terakhir<sup>1</sup>. Kemajuan teknologi informasi dan transparansi pasar yang terjadi juga ikut mendorong entitas untuk memperhatikan isu tersebut dengan lebih serius<sup>2</sup>. Pelaksanaan CSR telah menjadi bagian dari indikator penting dalam mengukur kinerja entitas secara keseluruhan dan untuk menilai kemampuan entitas dalam menjalankan usahanya secara

---

<sup>1</sup> Parengkuan, Winnie Eveline. "Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Melalui Pojok Bursa FEB-UNSRAT." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 5.2 (2017).

<sup>2</sup> El Moslemany, Racha, and Menan Etah. "The effect of corporate social responsibility disclosures on financial performance in the banking industry: empirical study on Egyptian banking sector." *International Journal of Business and Economic Development (IJBED)* 5.1 (2017).

efektif dan efisien<sup>3</sup>. Jadi, apabila entitas ingin tetap tumbuh secara berkelanjutan, hendaknya tujuan entitas tidak semata-mata hanya mencari laba namun harus memperhatikan masyarakat sekitar serta menjaga kelestarian lingkungan<sup>4</sup>. Keseimbangan antara kinerja keuangan dengan kepentingan *stakeholder* serta lingkungan pada akhirnya akan meningkatkan laba dan juga nilai perusahaan<sup>5</sup>. Selain itu, entitas yang aktivitas bisnisnya sejalan dengan pelaksanaan CSR menerima manfaat lebih dari kinerja sosialnya. Hal ini karena, ketika melakukan kinerja sosial secara tidak langsung entitas mempromosikan produknya sekaligus meningkatkan citranya di mata publik. Sektor *consumer goods* termasuk kategori usaha yang memiliki peluang untuk menerima manfaat lebih dari pelaksanaan CSR tersebut. Sebab sektor ini menyediakan kebutuhan pokok masyarakat yang digunakan dalam kegiatan sehari-hari.

Perusahaan yang melaksanakan tanggung jawab sosial terhadap *stakeholder* memiliki citra yang baik di mata publik dan produk-produknya lebih mudah diterima oleh masyarakat<sup>6</sup>. Dampaknya, penjualan akan meningkat begitu pula dengan laba yang dihasilkan. Korelasi positif tersebut akan memotivasi entitas untuk melaksanakan CSR dalam rangka meningkatkan laba perusahaan<sup>7</sup>. Hasil penelitian Chung *et al.* (2018) di Korea *Exchange* mendukung temuan terkait dampak positif eksposur CSR terhadap nilai perusahaan<sup>8</sup>. Tingginya laba yang dihasilkan perusahaan akan memakmurkan *shareholder* yang pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan secara berkelanjutan sejalan dengan tercapainya kinerja keuangan maupun kinerja sosial yang baik secara berkelanjutan<sup>9</sup>. Penelitian Kibler di Bursa Efek Johannesburg (JSE) Afrika Selatan

---

<sup>3</sup> Pasaribu, Aria Masdiana. "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan Pada Pt Perkebunan Nusantarapersero (PTPN Persero)." *JRAK: Jurnal Riset Akuntansi dan Komputersasi Akuntansi* 7.2 (2016): 27-42.

<sup>4</sup> Suciwati, Desak Putu, Desak Putu Arie Pradnyan, and Cening Ardina. "Pengaruh corporate social responsibility terhadap kinerja keuangan." *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan* 12.2 Juli (2017): 104.

<sup>5</sup> Yulandani, Fahri, Rina Hartanti, and Susi Dwimulyani. "Pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai pemoderasi." *Proseding Seminar Nasional Akuntansi*. Vol. 1. No. 1. 2018.

<sup>6</sup> Satria, Emerald Dany, and Daljono Daljono. *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011)*. Diss. Fakultas Ekonomika dan Bisnis, 2013.

<sup>7</sup> Hidayati, Nina Dwi. *Corporate Social Responsibility (CSR) dan Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi pada Perusahaan Semen yang Terdaftar di BEI Tahun 2013-2017)*. Diss. Universitas Brawijaya, 2019.

<sup>8</sup> Chung, Chune Young, Sangjun Jung, and Jason Young. "Do CSR activities increase firm value? Evidence from the Korean market." *Sustainability* 10.9 (2018): 3164.

<sup>9</sup> Putri, Ayu Oktyas, and Suwitho Suwitho. "Pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan csr sebagai variabel pemoderasi." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)* 4.4 (2015).

juga mengungkapkan bahwa peningkatan kinerja keuangan perusahaan sebagai salah satu dari hasil meningkatnya pelaporan kinerja sosial perusahaan<sup>10</sup>.

Pengembalian atas Modal (*Return on Equity*) menggambarkan imbal hasil atas modal pemilik. Menurut Utomo (2019)<sup>11</sup> entitas yang menguntungkan akan meningkatkan ekuitas pemilik. Salah satu strategi perusahaan untuk meningkatkan kinerja keuangan dengan melaksanakan CSR. Ahyani & Puspitasari (2019)<sup>12</sup> menjelaskan bahwa semakin luas eksposur yang dilakukan organisasi, semakin banyak data yang akan diperoleh mitra dan investor untuk memberikan sinyal positif. Sebab, pelaksanaan CSR menimbulkan loyalitas konsumen dan kepercayaan dari investor dan kreditor sehingga penjualan akan naik yang sejalan dengan kenaikan laba sehingga tingkat pengembalian atas modal juga akan mengalami kenaikan pada periode berikutnya.

Pengaruh positif pengungkapan CSR dengan *Return on Equity* ROE juga ditemukan pada penelitian Rosdwianti *et al.* (2016)<sup>13</sup> terhadap sektor *consumer goods* di BEI. Penelitian Prasetyo & Meiranto (2017)<sup>14</sup> dan Gantino (2016)<sup>15</sup> pada perusahaan manufaktur juga menunjukkan hasil yang sama. Sementara penelitian Hidayati & Saifi (2019)<sup>16</sup> pada perusahaan semen di BEI menunjukkan hasil yang bertentangan di mana CSR *disclosure* tidak memiliki pengaruh positif terhadap ROE karena kegiatan CSR dianggap dapat mengurangi laba yang dapat dihasilkan oleh entitas. Hasil penelitian Hidayati & Saifi (2019) juga didukung oleh penelitian Mudjiyanti terhadap entitas yang terdaftar pada indeks SRI-KEHATI BEI<sup>17</sup>.

---

<sup>10</sup> Kibler, Kelly M., et al. "Flow-vegetation interaction in a living shoreline restoration and potential effect to mangrove recruitment." *Sustainability* 11.11 (2019): 3215.

<sup>11</sup> Utomo, Agus Setyo. "Pengaruh CSR, ROI, ROE terhadap harga saham pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia." *Jurnal Penelitian Teori & Terapan Akuntansi (PETA)* 4.1 (2019): 82-94.

<sup>12</sup> Ahyani, Rahmelia, and Windhy Puspitasari. "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Properti Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017." *J. Akunt. Trisakti* 6.2 (2019): 245.

<sup>13</sup> Rosdwianti, Mega Karunia, Moch Dzulkirom AR, and Z. A. Zahroh. *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap profitabilitas perusahaan (studi pada sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2013-2014)*. Diss. Brawijaya University, 2016.

<sup>14</sup> Prasetyo, Agung, and Wahyu Meiranto. "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2013-2015." *Diponegoro Journal of Accounting* 6.3 (2017): 260-371.

<sup>15</sup> Gantino, Rilla. "Pengaruh corporate social responsibility terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2008-2014." *Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis* 3.2 (2016): 19-32.

<sup>16</sup> Hidayati, Nina Dwi. *Corporate Social Responsibility (CSR) dan Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi pada Perusahaan Semen yang Terdaftar di BEI Tahun 2013-2017)*. Diss. Universitas Brawijaya, 2019.

<sup>17</sup> Mudjiyanti, Rina, and Salis Saevy Maulani. "Pengaruh likuiditas dan profitabilitas terhadap pengungkapan corporate social responsibility pada perusahaan terdaftar di bursa efek indonesia." *Media Ekonomi* 17.1 (2017): 7-12.

Indikator lain untuk mengukur performa perusahaan menggunakan rasio Laba per Saham (EPS). Proporsi ini dimanfaatkan investor sebagai salah satu pertimbangan untuk menentukan pilihan spekulasi. Semakin luas pengungkapan CSR, semakin besar *Earning per Share* (EPS) yang diperoleh entitas untuk dibagikan kepada investor (Hidayati & Saifi, 2019). Hal ini sejalan dengan penelitian Parengkuan<sup>18</sup> pada sektor *consumer goods* di BEI periode tahun 2015-2019. Pun demikian pada penelitian Rosdewanti *et al.* (2016) di sektor yang sama periode tahun 2013-2014. Menurut Sari & Azizah (2019) hal ini dikarenakan citra baik yang diperoleh oleh entitas dari pelaksanaan tanggung jawab sosial terhadap *stakeholder* sehingga membuat produk-produknya lebih mudah diterima oleh masyarakat dan pada akhirnya meningkatkan profitabilitas entitas. Namun pada penelitian Prasetyo & Meiranto (2017) pada sektor manufaktur di BEI ditemukan hasil yang berbeda di mana CSR *disclosure* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap EPS<sup>19</sup>. Prasetyo & Meiranto (2017) menjelaskan dalam penelitiannya bahwa hal tersebut terjadi karena EPS masih didominasi oleh pengaruh aspek teknis saham seperti total kepemilikan saham.

Ketika keseimbangan di antara dimensi ekonomi, lingkungan hidup, dan sosial tercapai maka nilai perusahaan akan tumbuh secara berkelanjutan<sup>20</sup>. Hu *et al.* (2018) menyatakan bahwa aktivitas tanggung jawab sosial oleh entitas mempengaruhi nilai perusahaan melalui mekanisme umpan balik oleh *stakeholder*<sup>21</sup>. Bukti empiris terkait dampak positif pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan ditemukan pada penelitian Endiana (2019) dan didukung oleh penelitian Rahmantari (2021) terhadap perusahaan farmasi di BEI. Pada penelitian Aboud & Diab (2018) di *Egyptian Stock market* ditemukan pula korelasi positif antara pengungkapan CSR dengan nilai perusahaan. Hasil penelitian Chung *et al.* (2018) di Korea *Exchange* juga mendukung kuat hubungan antara eksposur kinerja sosial entitas dengan nilai perusahaan. Sementara itu, beberapa peneliti menemukan hasil yang berbeda terkait pengaruh CSR *disclosure* terhadap nilai perusahaan. Aboud menjelaskan bahwa ketidakseragaman CSR *disclosure* antara entitas satu dengan entitas lainnya membuat investor enggan untuk menambahkan aspek CSR pada keputusan

---

<sup>18</sup> Parengkuan, Winnie Eveline. "Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Melalui Pojok Bursa FEB-UNSRAT." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 5.2 (2017).

<sup>19</sup> Prasetyo, Agung, and Wahyu Meiranto. "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2013-2015." *Diponegoro Journal of Accounting* 6.3 (2017): 260-371.

<sup>20</sup> Yulandani, Fahri, Rina Hartanti, and Susi Dwimulyani. "Pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai pemoderasi." *Proseding Seminar Nasional Akuntansi*. Vol. 1. No. 1. 2018.

<sup>21</sup> Hu, Yuanyuan, et al. "CSR and firm value: Evidence from China." *Sustainability* 10.12 (2018): 4597.

investasi. Penelitian Maharani (2018) pada entitas yang mendapatkan *Sustainability Reporting Awards* periode 2014-2016 juga menunjukkan tidak adanya pengaruh CSR disclosure terhadap nilai perusahaan<sup>22</sup>.

Penelitian terkait dampak pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan telah banyak dibahas menggunakan berbagai macam proksi. Jurnal Wasara & Ganda (2019) sebagai jurnal rujukan pada penelitian ini menggunakan *enviromental disclosure* dan *social disclosure* sebagai variabel independen serta Pengembalian atas Investasi (ROI) sebagai variabel dependen. Namun demikian, yang menjadi *gap* dalam penelitian ini dengan penelitian yang sebelumnya terletak pada penggunaan tingkat Pengembalian atas Modal (ROE), Laba per Saham (EPS) dan Nilai Perusahaan sebagai variabel dependen dan pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) sebagai variabel independen. Selain itu, tinjauan objek penelitian ini, entitas sektor *consumer goods* yang terdaftar di BEI.

Tujuan dari penelitian ini untuk membuktikan dampak positif pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) terhadap profitabilitas yang diproksikan dengan tingkat Pengembalian atas Modal (ROE) dan Laba per Saham (EPS) serta nilai perusahaan yang diproksikan dengan *Tobin's Q* entitas sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2020. Penulis berharap penelitian ini mampu memberikan informasi sekaligus menjadi bahan rujukan bagi kalangan akademisi, bahan evaluasi bagi perusahaan dalam menetapkan kebijakan terkait tanggung jawab sosial organisasi, serta menambah wawasan yang dibutuhkan investor untuk berinvestasi.

## REVIEW LITELATUR DAN HIPOTESIS

### Teori Stakeholder

Berdasarkan Freeman (1984) *stakeholder theory* yaitu teori yang menjabarkan bahwa entitas mempunyai kewajiban sosial terhadap pihak-pihak di luar manajemen yang disebut *stakeholder*<sup>23</sup>. *Stakeholder* dalam bahasa Indonesia diartikan sebagai pemangku kepentingan yang meliputi karyawan, pelanggan, *supplier*, kreditor, pemerintah, dan masyarakat<sup>24</sup>. Teori *stakeholder* mengasumsikan bahwa dukungan dari *stakeholder* merupakan hal penting bagi entitas

---

<sup>22</sup> Aboud, Ahmed, and Ahmed Diab. "The impact of social, environmental and corporate governance disclosures on firm value: Evidence from Egypt." *Journal of Accounting in Emerging Economies* (2018).

<sup>23</sup> Freeman, R. Edward. *Strategic management: A stakeholder approach*. Cambridge university press, 2010.

<sup>24</sup> Yulandani, Fahri, Rina Hartanti, and Susi Dwimulyani. "Pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai pemoderasi." *Proseding Seminar Nasional Akuntansi*. Vol. 1. No. 1. 2018.

untuk mencapai kesuksesan bisnis dalam rangka memperoleh keuntungan. Sebab, pihak-pihak yang berkepentingan tersebut memiliki pengaruh bervariasi terhadap kegiatan operasional suatu bisnis. Kegiatan operasional tidak akan berjalan hanya dengan partisipasi dari pihak manajemen saja. Kuncinya, menjaga hubungan dan interaksi yang baik dengan pemangku kepentingan agar kegiatan operasional bisnis berjalan sesuai dengan harapan<sup>25</sup>. Kegagalan entitas dalam melaporkan masalah sosial dan lingkungan yang dihadapinya akan mengakibatkan timbulnya biaya penalti, denda, aturan yang ketat, publisitas yang buruk dan menurunnya jumlah konsumen. Hal ini dapat merusak reputasi perusahaan sehingga berdampak negatif terhadap profitabilitas perusahaan. Penurunan kepercayaan *stakeholder* dan profitabilitas pada akhirnya akan berdampak pada nilai perusahaan, karena nilai perusahaan akan tumbuh secara berkelanjutan ketika keseimbangan di antara dimensi ekonomi, lingkungan hidup, dan sosial tercapai.

### **Teori Legitimasi**

Dowling & Pfeffer (1975) menjelaskan teori legitimasi sebagai keselarasan di antara nilai perusahaan dengan nilai di dalam masyarakat di mana perusahaan berada<sup>26</sup>. Teori legitimasi diakui secara umum sebagai teori yang secara konsisten sejalan dengan pengungkapan kinerja sosial perusahaan<sup>27</sup>. Sampong *et al.* (2018) menjelaskan bahwa teori legitimasi memandang pengungkapan CSR sebagai strategi untuk mengelola persepsi masyarakat terkait dampak sosial dan bisnis yang ditimbulkan oleh kegiatan operasional bisnis<sup>28</sup>.

Perusahaan yang gagal mewujudkan kontrak sosialnya karena ketidakpercayaan masyarakat akan berakibat pada menurunnya profitabilitas perusahaan. Perbedaan antara kinerja sosial perusahaan dengan harapan masyarakat akan menimbulkan *legitimacy gap*. Rahmantari menjelaskan *legitimacy gap* sebagai sebuah skandal keuangan maupun bencana sosial dan lingkungan yang pada akhirnya mempengaruhi kinerja keuangan entitas<sup>29</sup>. Melalui *sustainability report*, entitas dapat menggambarkan kinerja sosial yang telah dilakukan untuk memperoleh

---

<sup>25</sup> Ahyani, Rahmelia, and Windhy Puspitasari. "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Properti Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017." *J. Akunt. Trisakti* 6.2 (2019): 245.

<sup>26</sup> Dowling, John, and Jeffrey Pfeffer. "Organizational legitimacy: Social values and organizational behavior." *Pacific sociological review* 18.1 (1975): 122-136.

<sup>27</sup> Maharani, Novera K. "Dampak Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Ratio Profitabilitas Pada Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Mendapatkan Sustainability Reporting Awards Pada Tahun 2014-2016)." *Jurnal Ekonomi* 9 (2018): 177-185.

<sup>28</sup> Sampong, Frank, et al. "Disclosure of CSR performance and firm value: New evidence from South Africa on the basis of the GRI guidelines for sustainability disclosure." *Sustainability* 10.12 (2018): 4518.

<sup>29</sup> Rahmantari, Ni Luh Laksmi. "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia." *GANEC SWARA* 15.1 (2021): 813-823.

kepercayaan *stakeholder* dan diakui oleh masyarakat sehingga akan meningkatkan kinerja keuangan entitas sekaligus nilai perusahaan<sup>30</sup>.

### **Profitabilitas**

Sirait (2017) menjelaskan profitabilitas sebagai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba secara komprehensif ataupun mengubah penjualan menjadi profit dan arus kas. Fungsi rasio ini untuk mengukur kemampuan entitas dalam menciptakan laba pada tingkat modal, aset, atau penjualan dalam suatu periode tertentu<sup>31</sup>. Analisis terkait profitabilitas entitas menjadi faktor penting bagi investor yang berniat melakukan investasi jangka panjang<sup>32</sup>. Efektivitas manajemen dalam menghasilkan laba tercermin dari nilai rasio ini (Putri *et al.*, 2019). Rasio profitabilitas di antaranya rasio Pengembalian atas Modal (ROE) dan rasio Laba per Saham (EPS).

### **Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan merupakan suatu kondisi pasti yang dicapai oleh suatu entitas sebagai representasi kepercayaan publik terhadap entitas tersebut setelah melewati serangkaian proses bisnis selama beberapa periode mulai dari entitas berdiri hingga saat ini (Hery, 2017). Sementara menurut Indrarini (2019)<sup>33</sup> nilai perusahaan ialah apresiasi investor terhadap prestasi manajer dalam mengelola aset entitas yang sering dihubungkan dengan harga saham. Tingginya harga saham mencerminkan nilai perusahaan yang diapresiasi tinggi oleh pasar sehingga tingkat kepercayaan publik terkait kinerja keuangan entitas akan semakin meningkat. Peneliti-peneliti terdahulu umumnya menggunakan *Tobin's Q* sebagai pengukuran nilai perusahaan<sup>34</sup>. Sebab, nilai perusahaan merupakan gabungan antara arus kas entitas di masa depan dan penilaian risiko bawaan yang tercermin dalam biaya modal<sup>35</sup>. *Tobin's Q* adalah rasio yang biasanya digunakan sebagai pengukuran nilai perusahaan secara akuntansi untuk menilai kinerja keuangan perusahaan berbasis harga pasar (Hu *et al.*, 2018). Dengan demikian, nilai perusahaan menyoroti bagian

---

<sup>30</sup> Handayani, Putri, and Novera Kristianti Maharani. "Effect Of Environmental Performance, Company Size, And Profitability On Corporate Social Responsibility Disclosures." *Papatung: Jurnal Ilmu Administrasi Publik, Pemerintahan Dan Politik* 4.1 (2021): 121-133.

<sup>31</sup> Mudjiyanti, Rina, and Salis Saevy Maulani. "Pengaruh likuiditas dan profitabilitas terhadap pengungkapan corporate social responsibility pada perusahaan terdaftar di bursa efek indonesia." *Media Ekonomi* 17.1 (2017): 7-12.

<sup>32</sup> Hery, H., and M. Si. "Kajian Riset Akuntansi." *Jakarta: PT. Grasindo* (2017).

<sup>33</sup> Indrarini, Silvia. "Nilai Perusahaan Melalui Kualitas Laba." *Surabaya: Scopindo Media Pustaka* (2019).

<sup>34</sup> Chung, Chune Young, Sangjun Jung, and Jason Young. "Do CSR activities increase firm value? Evidence from the Korean market." *Sustainability* 10.9 (2018): 3164.

<sup>35</sup> Sampong, Frank, et al. "Disclosure of CSR performance and firm value: New evidence from South Africa on the basis of the GRI guidelines for sustainability disclosure." *Sustainability* 10.12 (2018): 4518.

tambahan dari harga pasar yang melebihi nilai buku. Oleh karena itu, *Tobin's Q* merupakan *proxy* yang paling cocok dalam mengukur nilai perusahaan (Sampong *et al.*, 2018). Rumus menghitung nilai perusahaan yaitu:

$$Q = (MVS + D) / TA$$

Keterangan:

MVS = *Market Value of all outstanding shares*

D = *Debt*

TA = *Firm's Assets*

### **Pengembalian atas Modal (ROE)**

Pengembalian atas modal (ROE) adalah proporsi untuk menghitung keuntungan bersih setelah dikurangi dengan pajak terhadap ekuitas sendiri (Kasmir, 2016). Rasio ini berfungsi dalam pengukuran performa entitas menggunakan modal pemegang saham dalam menciptakan laba<sup>36</sup>. Asumsi dalam ROE yaitu jika entitas tersebut menguntungkan akan meningkatkan ekuitas *shareholder* (Utomo, 2019). *Shareholder* dalam bahasa Indonesia berarti pemegang saham baik individu, kelompok, lembaga ataupun perusahaan yang memiliki saham di suatu perusahaan. Kekuatan kontrol yang dimiliki *shareholder* sejalan dengan besarnya nilai ROE. Semakin besar nilai ROE mencerminkan kedudukan pemilik yang semakin baik. ROE dapat dihitung dengan rumus berikut:

$$ROE = \frac{\text{Earning After Tax}}{\text{Total Ekuitas}}$$

### **Laba per Saham (EPS)**

Laba per Saham atau proporsi nilai buku (EPS) merupakan proporsi yang digunakan dalam pengukuran kemampuan manajemen untuk menghasilkan laba bagi *shareholder*. Cara perhitungan EPS yaitu dengan membagi laba bersih yang dihasilkan entitas dengan nilai ekuitas. EPS juga merupakan tanda kesuksesan suatu entitas, oleh karena itu potensial investor sangat tertarik pada proporsi ini sebagai salah satu pertimbangan untuk memutuskan pilihan spekulasi. Ekspektasi investor terhadap dana yang telah diinvestasikan kepada suatu entitas yaitu mendapatkan imbal hasil berupa dividen ataupun apresiasi harga saham (Hidayati & Saifi, 2019). Besaran EPS dapat dicari dengan formula berikut:

$$EPS = \frac{\text{Earning After Tax}}{\text{Outstanding share}}$$

---

<sup>36</sup> Rosdwianti, Mega Karunia, Moch Dzulkirom AR, and Z. A. Zahroh. *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap profitabilitas perusahaan (studi pada sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2013-2014)*. Diss. Brawijaya University, 2016.

### ***Global Reporting Initiative (GRI)***

*Global Reporting Initiative (GRI)* adalah organisasi internasional independen yang membantu organisasi di seluruh dunia bertanggung jawab atas dampak yang ditimbulkan oleh operasi bisnis dengan cara menyediakan standar umum global untuk mengomunikasikan dampak tersebut kepada *stakeholder*. Standar pelaporan tersebut dikenal dengan sebutan standar GRI dan merupakan standar yang paling sering digunakan untuk *sustainability report* (laporan keberlanjutan). Isi laporan keberlanjutan yang diterbitkan oleh entitas yaitu terkait dampak-dampak yang ditimbulkan oleh aktivitas operasional sehari-hari. Kantor pusat sekretariat GRI berlokasi di Amsterdam, Belanda, serta memiliki jaringan di tujuh pusat regional untuk memastikan mereka dapat mendukung organisasi-organisasi dan para pemangku kepentingan secara global. Standar pelaporan yang telah diterbitkan oleh GRI antara lain GRI 3.0, GRI 3.1 dan yang terbaru adalah standar GRI 4.0 yang memiliki tiga kategori utama pengungkapan di antaranya kategori ekonomi, lingkungan, dan sosial.

### ***Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility)***

Howard R. Bowen menemukan konsep CSR pertama kali pada tahun 1953 dan terus berkembang hingga kini. Tanggung jawab sosial entitas dikenal dengan sebutan *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan bentuk kepedulian entitas terkait masalah sosial dan lingkungan dalam menjalankan kegiatan operasional bisnisnya (Ahyani & Puspitasari, 2019). Menurut Elkington (1997)<sup>37</sup> tiga komponen utama CSR yaitu *profit*, *people* dan *planet* dan dikenal sebagai konsep *triple bottom line*. Konsep tersebut menjelaskan bahwa entitas tidak semata-mata hanya berorientasi terhadap keuntungan (*profit*) namun juga harus peduli terhadap kesejahteraan dan hak-hak *stakeholder (people)* sekaligus menjaga kelestarian lingkungan (*planet*). Entitas menggunakan pengungkapan CSR sebagai instrumen untuk memberikan informasi terkait kinerja sosial perusahaan kepada *stakeholder*. Selain bermanfaat untuk meningkatkan reputasi entitas di mata publik, CSR juga dapat menjadi investasi jangka panjang dalam rangka meminimalisir risiko sosial<sup>38</sup>. Oleh karena itu CSR tidak lagi dipandang sebagai sarana biaya namun juga sebagai sarana memperoleh keuntungan (Rosdwianti *et al.*, 2016). Salah satu cara mengukur pengungkapan CSR oleh entitas dengan menggunakan *CSR Index* berdasarkan standar GRI. GRI G4 merupakan standar GRI terbaru yang memuat 91 *item* pengungkapan (Ahyani & Puspitasari, 2019). Rumus perhitungan *CSR Disclosure* yaitu:

---

<sup>37</sup> Elkington, John, and Ian H. Rowlands. "Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business." *Alternatives Journal* 25.4 (1999): 42.

<sup>38</sup> Ahyani, Rahmelia, and Windhy Puspitasari. "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Properti Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017." *J. Akunt. Trisakti* 6.2 (2019): 245.

$$CSR D = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

CSR D = *Corporate Social Responsibility Disclosure*

$\sum X_i = 1$  = jika *item* i diungkapkan; 0 = jika *item* i tidak diungkapkan

$n_j$  = Jumlah 91 item informasi CSR versi GRI G-4 yang seharusnya diungkapkan perusahaan.

Dengan demikian,  $0 \leq CSR D_j \leq 1$

## Pengembangan Hipotesis

### Hubungan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) dengan Pengembalian atas Modal (ROE)

Pelaksanaan CSR memiliki pengaruh positif terhadap kinerja keuangan dan keberlanjutan entitas serta pada saat yang sama menyejahterakan sekaligus memenuhi hak-hak *stakeholder*<sup>39</sup>. Entitas menggunakan CSR sebagai salah satu strategi pemasaran perusahaan. Sebab, pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan mampu meningkatkan citra perusahaan di mata publik sehingga menimbulkan loyalitas konsumen dan kepercayaan pihak eksternal baik kreditor maupun investor. Menurut Dowling laba perusahaan akan meningkat karena produk-produk perusahaan mudah diterima oleh *stakeholder*<sup>40</sup>. Korelasi positif tersebut akan memotivasi entitas untuk melaksanakan CSR dalam rangka meningkatkan laba perusahaan<sup>41</sup>. Peningkatan laba yang terjadi akan diikuti oleh peningkatan ROE entitas pada periode berikutnya. Semakin besar keuntungan yang dihasilkan entitas maka *return* yang dapat dibagikan kepada pemilik modal akan semakin tinggi. Jadi, kegiatan CSR mampu meningkatkan laba perusahaan serta berdampak positif terhadap kelangsungan hidup perusahaan sehingga kinerja keuangan akan meningkat sejalan dengan meningkatnya kegiatan CSR<sup>42</sup>.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Pamungkas & Winarsih (2020), Prasetyo & Meiranto (2017), Gantino (2016)<sup>43</sup>, dan Rosdwianti *et al.* (2016) menemukan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan memberikan dampak positif terhadap Pengembalian atas Modal (ROE). Hipotesis yang dapat diduga berdasarkan penjabaran di atas yaitu:

---

<sup>39</sup> Chung, Chune Young, Sangjun Jung, and Jason Young. "Do CSR activities increase firm value? Evidence from the Korean market." *Sustainability* 10.9 (2018): 3164.

<sup>40</sup> Dowling, John, and Jeffrey Pfeffer. "Organizational legitimacy: Social values and organizational behavior." *Pacific sociological review* 18.1 (1975): 122-136.

<sup>41</sup> Hidayati, Nina Dwi. *Corporate Social Responsibility (CSR) dan Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi pada Perusahaan Semen yang Terdaftar di BEI Tahun 2013-2017)*. Diss. Universitas Brawijaya, 2019.

<sup>42</sup> Endiana, I. Dewa Made. "Implementasi Corporate Governance Pada Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan." *Jurnal Riset Akuntansi (JUARA)* 9.1 (2019): 92-100.

<sup>43</sup> Gantino, Rilla. "Pengaruh corporate social responsibility terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2008-2014." *Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis* 3.2 (2016): 19-32.

*H1: Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan mempunyai dampak positif terhadap pengembalian atas Modal (ROE)*

### **Hubungan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) dengan Laba per Saham (EPS)**

Aktivitas tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh entitas mempunyai tujuan untuk memenuhi kewajiban sosial entitas sekaligus sebagai sarana bagi entitas untuk mempromosikan produknya kepada publik<sup>44</sup>. Hal ini karena perusahaan yang melaksanakan tanggung jawab sosial terhadap *stakeholder* memiliki citra yang baik di mata publik dan produk-produknya lebih mudah diterima oleh masyarakat (Sari & Azizah, 2019). Dampaknya, penjualan akan meningkat begitu pula dengan laba yang dihasilkan. Semakin besar laba yang mampu diciptakan oleh entitas, *return* yang akan didapatkan oleh pemegang saham dari setiap lembar saham yang dimilikinya akan semakin besar dan apresiasi terhadap saham entitas juga akan meningkat. Jadi, semakin tinggi indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, peluang meningkatnya EPS akan semakin besar (Hidayati & Saifi, 2019). Hal ini sesuai temuan Wasara & Ganda (2019) pada perusahaan sektor pertambangan di Bursa Efek Johannesburg (JSE) bahwa peningkatan kinerja keuangan perusahaan sebagai salah satu dari hasil meningkatnya pelaporan kinerja sosial perusahaan.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pamungkas & Winarsih (2020), Sari & Azizah (2019), Hidayati & Saifi (2019), serta Rosdwianti *et al.* (2016) yang menunjukkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan memiliki dampak positif terhadap Laba per Saham (EPS). Hipotesis yang dapat diduga berdasarkan penjabaran di atas yaitu:

*H2: Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan mempunyai dampak positif terhadap Laba per Saham (EPS)*

### **Hubungan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) dengan Nilai Perusahaan**

Hu *et al.* (2018) menyatakan bahwa aktivitas tanggung jawab sosial oleh entitas mempengaruhi nilai perusahaan melalui mekanisme umpan balik oleh *stakeholder*<sup>45</sup>. Misalnya, ketika karyawan menganggap pelaksanaan CSR sebagai bentuk kebajikan entitas kepada *stakeholder*, mereka akan mendukung penuh tindakan entitas dan menciptakan perilaku *prosocial*.

---

<sup>44</sup> Prasetyo, Agung, and Wahyu Meiranto. "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2013-2015." *Diponegoro Journal of Accounting* 6.3 (2017): 260-371.

<sup>45</sup> Hu, Yuanyuan, et al. "CSR and firm value: Evidence from China." *Sustainability* 10.12 (2018): 4597.

Selain itu, citra baik yang diperoleh oleh entitas dari pelaksanaan CSR berdampak luas secara positif pada aspek bisnis yang lain seperti produk dan layanan konsumen berkualitas tinggi yang akan membantu untuk mendapatkan dukungan dari konsumen di masa yang akan datang. Aktivitas kinerja sosial juga membantu entitas dalam mendapatkan sumber daya politik yang penting bagi pembangunan berkelanjutan dan kesuksesan finansial entitas. Tidak hanya itu, investor cenderung memberikan umpan balik yang positif kepada entitas yang melaksanakan tanggung jawab sosial. Sebab, entitas yang melaksanakan CSR memiliki risiko rendah untuk dikenakan biaya penalti, denda, protes, maupun boikot oleh masyarakat. Rendahnya risiko publisitas yang buruk dan tingginya citra baik entitas di mata publik membuat peluang tingginya penjualan semakin besar, semakin tinggi penjualan maka besaran laba juga akan semakin tinggi<sup>46</sup>. Tingginya laba yang dihasilkan perusahaan akan memakmurkan *shareholder* yang pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan secara berkelanjutan sejalan dengan tercapainya kinerja keuangan maupun kinerja sosial yang baik secara berkelanjutan<sup>47</sup>.

Penelitian yang sejalan dengan hal tersebut antara lain penelitian Rahmantari (2021), Endiana (2019)<sup>48</sup>, Aboud & Diab (2018)<sup>49</sup>, serta Chung *et al.* (2018)<sup>50</sup> yang menemukan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial oleh entitas berdampak positif terhadap nilai perusahaan. Hipotesis yang dapat diduga berdasarkan penjabaran di atas yaitu:

*H3: Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan mempunyai dampak positif terhadap Nilai Perusahaan*

---

<sup>46</sup> Yulandani, Fahri, Rina Hartanti, and Susi Dwimulyani. "Pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai pemoderasi." *Proseding Seminar Nasional Akuntansi*. Vol. 1. No. 1. 2018.

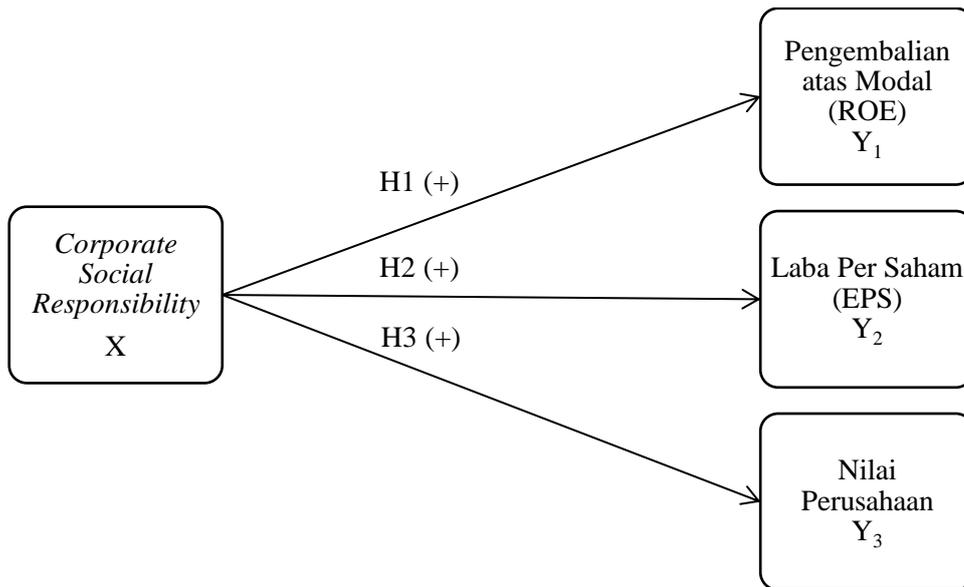
<sup>47</sup> Putri, Ayu Oktyas, and Suwitho Suwitho. "Pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan csr sebagai variabel pemoderasi." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)* 4.4 (2015).

<sup>48</sup> Endiana, I. Dewa Made. "Implementasi Corporate Governance Pada Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan." *Jurnal Riset Akuntansi (JUARA)* 9.1 (2019): 92-100.

<sup>49</sup> Aboud, Ahmed, and Ahmed Diab. "The impact of social, environmental and corporate governance disclosures on firm value: Evidence from Egypt." *Journal of Accounting in Emerging Economies* (2018).

<sup>50</sup> Chung, Chune Young, Sangjun Jung, and Jason Young. "Do CSR activities increase firm value? Evidence from the Korean market." *Sustainability* 10.9 (2018): 3164.

### Model Penelitian



Gambar 1 Model Penelitian

### METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel independen serta profitabilitas dan nilai perusahaan sebagai variabel dependen. *Corporate Social Responsibility Disclosure* dihitung berdasarkan standar *Global Reporting Initiative (GRI) G4*. Profitabilitas diproksikan dengan rasio Pengembalian atas Modal (ROE) dan rasio Laba per Saham (EPS). Sementara Nilai Perusahaan diproksikan dengan *Tobin's Q*.

Jenis penelitian ini termasuk kategori penelitian kausal untuk menganalisis hubungan sebab akibat antar variabel. Sementara sumber data penelitian dikategorikan sebagai data sekunder. Populasi penelitian ini perusahaan pada sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2020. Penentuan sampel ditentukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Syarat pertama, sampel termasuk ke dalam perusahaan sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan menerbitkan laporan keuangan yang telah diaudit secara berturut-turut. Kedua, menerbitkan laporan pengungkapan tanggung jawab sosial secara berturut-turut. Terakhir, laba yang diperoleh selama tahun 2018 sampai dengan tahun 2020 bernilai positif. Sampel yang didapatkan berdasarkan kriteria tersebut sebanyak 31 perusahaan dalam kurun waktu tahun 2018 sampai dengan tahun 2020.

Analisis data pada penelitian ini menggunakan statistik deskriptif. Data yang telah dikumpulkan kemudian akan diuji kelayakannya menggunakan uji asumsi klasik yang terdiri dari Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji Heteroskedastisitas, dan Uji Autokorelasi. Setelah itu

dilakukan pengujian hipotesis yang terdiri dari Uji F, Uji T dan Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) dengan metode regresi linier sederhana. Pemilihan metode regresi linier sederhana sebagai teknik analisis data dikarenakan variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini hanya berjumlah satu, sedangkan variabel dependen berjumlah tiga antara lain Pengembalian atas Modal (ROE), Laba per Saham (EPS) dan Nilai Perusahaan. Berdasarkan penjabaran di atas, persamaan regresi pada penelitian ini yaitu:

$$\begin{aligned} \text{ROE} &= \alpha + \beta \text{CSRX} + e \\ \text{EPS} &= \alpha + \beta \text{CSRX} + e \\ \text{NP} &= \alpha + \beta \text{CSRX} + e \end{aligned}$$

Keterangan:

- $\alpha$  = Konstanta
- $\beta$  = Koefisien regresi
- ROE = Pengembalian atas Investasi (*Return on Equity*)
- EPS = Pengembalian atas Modal (*Earning per Share*)
- NP = Nilai Perusahaan
- CSRX = *Corporate Social Responsibility Disclosure Index*
- $e$  = *Disturbance Term*

## HASIL

Populasi dalam penelitian ini sebanyak lima puluh sembilan perusahaan sektor *consumer goods* yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020. Sampel penelitian terdiri dari 31 perusahaan yang dipilih menggunakan metode *purposive sampling* dari 59 perusahaan yang terdaftar dalam sektor *consumer goods*. Oleh karena itu, banyaknya data sampel penelitian yang digunakan sebanyak 93 sampel (31 sampel x 3 tahun).

### Analisis Statistik Deskriptif

**Tabel 1 Statistik Deskriptif**  
*Descriptive Statistics*

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	93	0.0440	0.6154	0.319742	0.1335067
ROE	93	0.0009	2.2446	0.221505	0.3379379
EPS	93	2.4300	60656.3500	1694.232796	7881.6624857
<i>Tobin's Q</i>	93	0.4100	17.3400	2.636667	2.7630380
Valid N ( <i>listwise</i> )	93				

Sumber: Data sekunder diolah, 2022

Berdasarkan tabel hasil analisis deskriptif di atas, nilai rata-rata variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebesar 0,319742 yang berarti bahwa pengungkapan CSR hanya 31,974% dari total pengungkapan secara penuh. Pengungkapan paling rendah sebesar 0,0440 atau 4,44% dan yang tertinggi sebesar 0,6154 atau 61,54%. Sementara itu, standar deviasi CSR sebesar 0,1335067 yang menggambarkan ukuran penyebaran CSR sebesar 13,35% dari sembilan puluh

tiga kasus yang diteliti. Hal ini berarti bahwa variasi pengungkapan CSR oleh entitas cukup homogen antara satu entitas dengan entitas lainnya.

Kemudian, nilai rata-rata untuk variabel Pengembalian atas Modal (ROE) sebesar 0,221505 yang menunjukkan kemampuan rata-rata entitas dalam menghasilkan laba terhadap modal sebesar 22,15%. Nilai ROE terendah 0,0009 atau 0,09% dan yang tertinggi 2,2446 atau 224,46%. Namun, dari tabel di atas diketahui bahwa nilai standar deviasi ROE sebesar 0,3379379 lebih besar dari nilai rata-ratanya. Hal ini menunjukkan variasi kemampuan entitas dalam menciptakan laba cenderung menyebar lebih tinggi antara entitas satu dengan lainnya.

Selanjutnya variabel Laba per Saham (EPS) memiliki nilai rata-rata 1694,232796 yang menggambarkan kemampuan tiap lembar saham dari rata-rata entitas sektor *consumer goods* untuk menghasilkan laba sebesar 1694,232796. EPS terkecil yang dihasilkan sebesar 2,43 rupiah per lembar saham dan yang tertinggi sebesar 60.656,35 rupiah per lembar saham. Sementara standar deviasi EPS sebesar 7881,6624857 lebih besar dari nilai rata-rata EPS sehingga dapat disimpulkan bahwa ukuran penyebaran EPS entitas satu dengan entitas lainnya cukup tinggi.

Terakhir, nilai perusahaan yang diprosikan dengan *Tobin's Q* dari rata-rata entitas sektor *consumer goods* di Bursa Efek Indonesia (BEI) memiliki nilai rata-rata sebesar 2,636667. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata entitas dihargai 2,636667 lipat lebih besar dibandingkan dengan nilai aset yang tercatat. Nilai perusahaan terkecil sebesar 0,4100 atau 41% dan yang terbesar 17,34 atau 1734%. Sedangkan nilai standar deviasinya sebesar 2,7630380 yang lebih besar dari nilai rata-ratanya. Hal ini mengindikasikan ukuran penyebaran nilai entitas satu dengan lainnya juga cukup tinggi.

### Uji Asumsi Klasik

**Tabel 2 Ringkasan Hasil Uji Asumsi Klasik**

Variabel	Uji Asumsi Klasik	Standar	Hasil	Keterangan
CSR terhadap ROE	Normalitas	$Sig > 0,05$	0,200	Distribusi normal.
	Multikolinieritas	$VIF < 10,$ $Tolerance > 0,1$	1,000 1,000	Tidak terjadi multikolinieritas.
	Heteroskedastisitas	$Sig > 0,05$	0,217	Tidak terjadi heteroskedastisitas.
	Autokorelasi	$du < dw < 4 - du$	2,125	Tidak terjadi autokorelasi.
CSR terhadap EPS	Normalitas	$Sig > 0,05$	0,200	Distribusi normal.
	Multikolinieritas	$VIF < 10,$ $Tolerance > 0,1$	1,000 1,000	Tidak terjadi multikolinieritas.
	Heteroskedastisitas	$Sig > 0,05$	0,107	Tidak terjadi heteroskedastisitas.
	Autokorelasi	$du < dw < 4 - du$	2,288	Tidak terjadi autokorelasi.

Variabel	Uji Asumsi Klasik	Standar	Hasil	Keterangan
CSR terhadap <i>Tobin's Q</i>	Normalitas	$Sig > 0,05$	0,068	Distribusi normal.
	Multikolinieritas	$VIF < 10,$ $Tolerance > 0,1$	1,000 1,000	Tidak terjadi multikolinieritas.
	Heteroskedastisitas	$Sig > 0,05$	0,985	Tidak terjadi heteroskedastisitas.
	Autokorelasi	$du < dw < 4 - du$	2,316	Tidak terjadi autokorelasi.

Sumber: Data sekunder diolah, 2022

Pada proses awal uji asumsi klasik, data sampel yang diteliti menunjukkan indikasi data tidak terdistribusi secara normal. Oleh karena itu, penulis menggunakan *transform* dan *outlier* data untuk mengeliminasi angka-angka ekstrem sehingga sampel yang digunakan untuk variabel dependen ROE, EPS, dan *Tobin's Q* secara berturut-turut sebanyak 53, 70, dan 58. Nilai signifikansi yang didapat pada uji normalitas setelah dilakukan *transform* dan *outlier* data secara berturut-turut sebesar 0,200, 0,200 dan 0,068. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa data yang diteliti telah terdistribusi normal. Pada uji multikolinieritas didapat nilai VIF dan *tolerance* masing-masing sebesar 1 yang menunjukkan tidak terjadinya multikolinieritas. Selanjutnya, uji heteroskedastisitas menggunakan uji glejser yang kemudian didapatkan nilai *sig* untuk variabel dependen ROE, EPS, dan *Tobin's Q* secara berturut-turut sebesar 0,217, 0,107 dan 0,985 di mana nilai tersebut lebih besar dari 0,05 yang berarti bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada data yang diteliti. Terakhir uji autokorelasi menggunakan *durbin watson* dan diperoleh nilai *dw* untuk variabel dependen ROE, EPS dan *Tobin's Q* secara berturut-turut sebesar 2,125, 2,288 dan 2,316. Nilai *du* variabel dependen ROE, EPS dan *Tobin's Q* secara berturut-turut sebesar 1,5951 untuk  $k=1$  dan  $n=53$ , 1,6413 untuk  $k=1$  dan  $n=70$  dan 1,6105 untuk  $k=1$  dan  $n=58$ . Sedangkan untuk nilai  $4 - du$  sebesar 2,4049, 2,3587 dan 2,3895. Dengan demikian pada variabel dependen ROE didapat nilai  $1,591 < 2,125 < 2,4049$ . Selanjutnya untuk variabel dependen EPS didapat nilai  $1,6413 < 2,288 < 2,3585$ . Terakhir variabel dependen *Tobin's Q* didapat hasil  $1,6105 < 2,316 < 2,3895$ . Jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi pada data sampel yang diteliti.

### Persamaan Regresi

Berdasarkan hasil pengolahan data statistik yang diperoleh dari SPSS, maka rumusan persamaan regresi linier sederhana yang didapat antara lain:

$$ROE = 0,229 + 0,296 CSR$$

$$EPS = 3,681 + 2,473 CSR$$

$$NP = 0,718 + 0,316 CSR$$

Konstanta variabel ROE sebesar 0,229 menunjukkan nilai ROE sebelum dipengaruhi oleh CSR. Kemudian nilai koefisien regresi variabel CSR sebesar 0,296 mengindikasikan bahwa setiap kenaikan CSR sebesar 1% maka besaran ROE akan naik sebanyak 29,6% dan sebaliknya. Kesimpulannya, ada pengaruh positif variabel pengungkapan CSR terhadap ROE.

Pada variabel EPS, nilai konstanta sebesar 3,681 menggambarkan besarnya EPS jika variabel CSR bernilai nol. Kemudian nilai koefisien regresi variabel CSR sebesar 2,473 memiliki arti bahwa ketika CSR meningkat 1% maka EPS akan meningkat sebesar 24,73% dan sebaliknya. Jadi, terdapat pengaruh positif antara pengungkapan CSR dengan EPS.

Selanjutnya untuk variabel Nilai Perusahaan memiliki nilai konstanta sebesar 0,718 yang menunjukkan nilai variabel tersebut sebelum dipengaruhi variabel CSR. Koefisien regresi sebesar 0,316 menunjukkan gambaran pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan di mana setiap kenaikan CSR 1% akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 31,6% dan sebaliknya. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pengungkapan CSR juga memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

### Uji Hipotesis

**Tabel 3 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis**

Hubungan variabel	Uji Hipotesis	Standar sig / Adjusted R Square	Hasil	Keterangan
CSR terhadap ROE	Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> )	Adjusted R Square	0,074	
	Uji Parsial (t)	< 0,05	0,027	Pengaruh signifikan
	Uji Simultan (F)	< 0,05	0,027	Pengaruh signifikan
CSR terhadap EPS	Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> )	Adjusted R Square	0,069	
	Uji Parsial (t)	< 0,05	0,016	Pengaruh signifikan
	Uji Simultan (F)	< 0,05	0,016	Pengaruh signifikan
CSR terhadap Tobin's Q	Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> )	Adjusted R Square	0,064	
	Uji Parsial (t)	< 0,05	0,031	Pengaruh signifikan
	Uji Simultan (F)	< 0,05	0,031	Pengaruh signifikan

Sumber: Data sekunder diolah, 2022

Koefisien determinasi ROE, EPS dan Tobin's Q secara berturut-turut sebesar 0,074, 0,069 dan 0,064. Jadi variabel ROE dapat dijelaskan oleh variabel CSR sebesar 7,4% dan variabel lainnya sebesar 92,6%. Pada variabel EPS yang dapat dijelaskan oleh variabel CSR sebesar 6,9%

dan variabel lain 93,1%. Selanjutnya untuk variabel *Tobin's Q* dapat dijelaskan oleh CSR sebesar 6,4% sementara 93,6% dijelaskan oleh variabel lainnya.

Pada uji t dan uji F, diperoleh nilai signifikansi untuk ROE, EPS, dan *Tobin's Q* secara berturut-turut sebesar 0,027, 0,016 dan 0,031. Nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 yang berarti bahwa variabel CSR berpengaruh signifikan terhadap ketiga variabel dependen tersebut.

Dari penjabaran di atas, dapat disimpulkan bahwa pengungkapan CSR memiliki pengaruh positif terhadap variabel ROE, EPS, dan Nilai Perusahaan. Oleh karena itu, Hipotesis Satu ( $H_1$ ), Hipotesis Dua ( $H_2$ ), dan Hipotesis Tiga ( $H_3$ ) diterima.

## DISKUSI

### **Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) terhadap Pengembalian atas Modal (ROE)**

Hasil pengolahan statistik pada bab sebelumnya, menjelaskan adanya pengaruh positif dan signifikan antara pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan *Return on Equity* (ROE). Hal ini dapat dilihat pula pada hasil analisis deskriptif di mana nilai rata-rata pengungkapan CSR pada sektor *consumer goods* sebesar 31,974% dan nilai ROE rata-rata yang dihasilkan sebesar 22,15%. Artinya, sektor *consumer goods* memiliki performa yang baik dalam mengelola modal pemilik salah satunya melalui strategi pengungkapan CSR. Sari & Azizah (2019) menjelaskan bahwa hal ini terjadi karena pelaksanaan CSR tidak semata-mata sebagai pemenuhan kewajiban perusahaan, namun pada saat yang sama menjadi salah satu strategi entitas dalam memasarkan produknya. Hal tersebut didukung oleh penelitian Ahyani & Puspitasari (2019) yang menemukan bahwa pelaksanaan CSR dapat meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan. Pada penelusuran lebih jauh, aktivitas CSR juga mempengaruhi perilaku *stakeholder* lainnya di antaranya karyawan, pemasok, dan juga kreditur. Entitas yang memperhatikan kesejahteraan karyawan dan pengembangan *skill* karyawan pada akhirnya akan menghasilkan sumber daya yang lebih terampil dan juga loyal terhadap perusahaan sehingga kegiatan operasional akan berjalan dengan lebih efektif dan efisien. Sementara itu, arti citra baik entitas di mata publik bagi pemasok dan kreditur sebagai sebuah *assurance* bahwasanya entitas tersebut memiliki risiko yang rendah dalam kegagalan bisnis sehingga kerja sama bisnis yang terjalin akan berlangsung untuk waktu yang lama.

Ketika entitas melaksanakan CSR, entitas telah meminimalisir risiko bisnis seperti timbulnya biaya penalti akibat kerusakan lingkungan yang terjadi di lingkungan sekitar yang disebabkan oleh kegiatan bisnis sehingga entitas diwajibkan memulihkan lingkungan tersebut, timbulnya denda yang harus dibayarkan oleh entitas kepada *stakeholder* karena pelanggaran

lingkungan hidup maupun hak-hak *stakeholder*, aturan yang ketat oleh pemerintah di masa yang akan datang akibat ketidakpatuhan entitas, dan yang terakhir publisitas yang buruk di mata publik akibat kegagalan dalam melaksanakan kewajiban sosial entitas sehingga menurunnya jumlah konsumen yang pada akhirnya akan memberikan citra buruk pada entitas sehingga mampu menurunkan profitabilitas perusahaan.

Sebaliknya, perusahaan akan menerima manfaat dari pelaksanaan CSR berupa citra yang baik di mata publik serta kepercayaan baik dari investor maupun kreditor. Citra baik yang dimiliki entitas akan membuat masyarakat mudah menerima produk yang dipasarkan entitas tersebut. Semakin mudah produk diterima oleh masyarakat, maka penjualan akan semakin meningkat. Peningkatan pada penjualan akan berdampak pada meningkatnya laba yang mampu dihasilkan oleh entitas. Peningkatan laba yang terjadi akan diikuti oleh peningkatan ROE entitas pada periode berikutnya. Semakin besar laba yang mampu dihasilkan oleh entitas maka *return* yang dapat dibagikan kepada pemilik modal akan semakin tinggi<sup>51</sup>. Jadi, kegiatan CSR mampu meningkatkan laba perusahaan serta berdampak positif terhadap kelangsungan hidup perusahaan sehingga kinerja keuangan akan meningkat sejalan dengan meningkatnya kegiatan CSR.

Penjabaran di atas sejalan dengan teori *stakeholder* dan teori legitimasi. Pada teori *stakeholder* dijelaskan bahwa dukungan dari *stakeholder* sebagai hal penting bagi entitas untuk mencapai kesuksesan bisnis dalam rangka memperoleh keuntungan. Sebab, pihak-pihak yang berkepentingan tersebut memiliki pengaruh bervariasi terhadap kegiatan operasional suatu bisnis. Kegiatan operasional tidak akan berjalan hanya dengan partisipasi dari pihak manajemen saja. Sementara itu, teori legitimasi memandang pengungkapan CSR sebagai strategi untuk mengelola persepsi masyarakat terkait dampak sosial dan bisnis yang ditimbulkan oleh kegiatan operasional bisnis<sup>52</sup>. Legitimasi yang diterima oleh perusahaan dari masyarakat akan meningkat sejalan dengan peningkatan eksposur kinerja sosial yang dilakukan sehingga berdampak positif bagi perilaku konsumen atas produk entitas yang pada akhirnya akan meningkatkan laba dan modal entitas.

---

<sup>51</sup> Rosdwianti, Mega Karunia, Moch Dzulkrirom AR, and Z. A. Zahroh. *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap profitabilitas perusahaan (studi pada sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2013-2014)*. Diss. Brawijaya University, 2016.

<sup>52</sup> Sampong, Frank, et al. "Disclosure of CSR performance and firm value: New evidence from South Africa on the basis of the GRI guidelines for sustainability disclosure." *Sustainability* 10.12 (2018): 4518.

Temuan dalam penelitian ini mendukung penelitian Prasetyo & Meiranto (2017)<sup>53</sup>, dan Gantino (2016)<sup>54</sup> yang menyatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan memberikan dampak positif terhadap Pengembalian atas Modal (ROE). Semakin tinggi eksposur tanggung jawab sosial entitas, maka tingkat ROE yang mampu diciptakan oleh entitas juga akan semakin tinggi. Nilai ROE yang tinggi pada akhirnya akan menarik para investor untuk menginvestasikan dananya pada perusahaan tersebut. Namun, penelitian ini bertentangan dengan penelitian Hidayati & Saifi (2019)<sup>55</sup> dan Atmadja *et al.* (2019) yang berpendapat bahwa kegiatan CSR sebagai biaya yang dapat mengurangi laba.

### **Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) terhadap Laba per Saham (EPS)**

Berdasarkan temuan statistik deskriptif diketahui bahwa nilai rata-rata pengungkapan CSR sektor *consumer goods* yang sebesar 31,974% memiliki rata-rata EPS sebesar 1694,23 rupiah per lembar saham yang artinya entitas mampu menciptakan *return* yang positif bagi *shareholder* salah satunya dengan strategi pengungkapan CSR. Pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini menemukan adanya pengaruh positif dan signifikan antara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan Laba per Saham (EPS). Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi indeks pengungkapan tanggung jawab sosial, maka semakin tinggi nilai EPS yang akan dihasilkan oleh perusahaan. Sebab terdapat korelasi positif antara aktivitas CSR dengan profitabilitas entitas. Konsep CSR tidak terlepas dari tiga komponen utama yang terdiri dari *people*, *planet*, dan *profit* yang di mana menjelaskan bahwa entitas tidak semata-mata hanya berorientasi terhadap keuntungan (*profit*) namun juga harus peduli terhadap kesejahteraan dan hak-hak *stakeholder* (*people*) sekaligus menjaga kelestarian lingkungan (*planet*)<sup>56</sup>. Ketika entitas telah memenuhi aspek tersebut, maka peluang risiko sosial yang akan diterima oleh entitas akan semakin kecil. Minimnya risiko sosial yang diterima entitas mengakibatkan biaya tambahan yang mungkin timbul akan semakin kecil sehingga laba yang akan dihasilkan akan semakin tinggi.

---

<sup>53</sup> Prasetyo, Agung, and Wahyu Meiranto. "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2013-2015." *Diponegoro Journal of Accounting* 6.3 (2017): 260-371.

<sup>54</sup> Gantino, Rilla. "Pengaruh corporate social responsibility terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2008-2014." *Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis* 3.2 (2016): 19-32.

<sup>55</sup> Hidayati, Nina Dwi. *Corporate Social Responsibility (CSR) dan Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi pada Perusahaan Semen yang Terdaftar di BEI Tahun 2013-2017)*. Diss. Universitas Brawijaya, 2019.

<sup>56</sup> Elkington, John, and Ian H. Rowlands. "Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business." *Alternatives Journal* 25.4 (1999): 42.

Manfaat CSR juga tidak terbatas pada meminimalisir risiko sosial, namun juga pada citra entitas di mata publik (Ahyani & Puspitasari, 2019). Entitas yang menjaga kelestarian lingkungan dan pada saat yang sama menyejahterakan sekaligus memenuhi hak-hak *stakeholder* akan meningkatkan kepercayaan masyarakat sehingga produk yang dipasarkan lebih mudah diterima (Sari & Azizah, 2019). Kepercayaan dan loyalitas konsumen sangat krusial bagi entitas. Sebab, intensitas penjualan bergantung pada tingkat pembelian dari konsumen. Ketika entitas memiliki penjualan yang tinggi, maka laba yang dapat dihasilkan juga semakin besar. Semakin besar laba yang mampu dihasilkan oleh entitas, *return* yang akan didapatkan oleh pemegang saham dari setiap lembar saham yang dimilikinya akan semakin besar dan apresiasi terhadap saham entitas juga akan meningkat.

Tidak sampai di situ, entitas yang memperluas kegiatan CSR hingga ke internal perusahaan seperti karyawan maupun eksternal perusahaan seperti pemasok juga menerima *feedback* positif dari kegiatan CSR yang dilakukannya. Entitas yang terus mengasah kompetensi karyawan yang dimilikinya sekaligus memperhatikan kesejahteraan karyawan akan memotivasi karyawannya dalam bekerja dan menciptakan sumber daya manusia yang kompeten, loyal, dan terampil pada perusahaan. Kemudian, risiko pemasok menghentikan pasokan mereka dalam rangka meminimalisir reputasi buruk entitas yang dapat berdampak pada citra pemasok juga dapat diminimalisir. Kegiatan operasional yang berjalan lancar berdampak positif terhadap kelangsungan hidup perusahaan sehingga kinerja keuangan akan meningkat sejalan dengan meningkatnya kegiatan CSR<sup>57</sup>.

Berdasarkan teori *stakeholder* dan teori legitimasi, CSR memiliki implikasi positif terhadap perilaku konsumen yang berdampak pada kinerja keuangan entitas. Teori *stakeholder* menjelaskan bahwa kesuksesan bisnis tidak terlepas dari peran *stakeholder*. Entitas yang menjaga hubungan baik dengan *stakeholder* akan terhindar dari kegagalan kontrak sosial karena ketidakpercayaan masyarakat yang dapat berakibat pada menurunnya profitabilitas perusahaan. Di sisi lain, dalam teori legitimasi terdapat pandangan bahwa timbulnya *legitimacy gap* akan berdampak pada kinerja keuangan entitas. Sebab, entitas yang mengabaikan tanggung jawab sosial yang diembannya berakibat pada timbulnya biaya penalti terkait kerusakan lingkungan sekitar yang disebabkan oleh kegiatan bisnis sehingga entitas diwajibkan memulihkan lingkungan tersebut, timbulnya denda yang harus dibayarkan oleh entitas kepada *stakeholder* karena pelanggaran lingkungan hidup maupun hak-hak *stakeholder*, aturan yang ketat oleh pemerintah di masa yang akan datang akibat ketidakpatuhan entitas, dan yang terakhir publisitas yang buruk di

---

<sup>57</sup> Hu, Yuanyuan, et al. "CSR and firm value: Evidence from China." *Sustainability* 10.12 (2018): 4597.

mata publik akibat kegagalan dalam melaksanakan kewajiban sosial entitas sehingga berdampak pada menurunnya jumlah konsumen. Hal ini dapat merusak reputasi perusahaan sehingga berdampak negatif terhadap profitabilitas perusahaan.

Hasil penelitian ini menegaskan penelitian Rosdwianti *et al.* (2016) yang menunjukkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan memiliki dampak positif terhadap Laba per Saham (EPS). Semakin luas eksposur yang dilakukan organisasi, semakin banyak data yang akan diperoleh mitra dan investor untuk memberikan sinyal positif<sup>58</sup>. Sebab, pelaksanaan CSR menimbulkan loyalitas konsumen dan kepercayaan dari investor dan kreditor sehingga penjualan akan naik yang sejalan dengan kenaikan laba. Kenaikan laba yang terjadi berpengaruh pada tingkat EPS yang mampu dihasilkan oleh entitas. Sementara itu, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian Prasetyo & Meiranto (2017) di mana CSR *disclosure* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap EPS karena EPS didominasi oleh pengaruh aspek teknikal saham seperti total kepemilikan saham.

### **Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil penelitian ini membuktikan adanya pengaruh positif dan signifikan dari pengungkapan tanggung jawab sosial entitas terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil analisis deskriptif dijelaskan bahwa sektor *consumer goods* yang memiliki rata-rata pengungkapan CSR sebesar 31,974% memiliki nilai perusahaan rata-rata 2,63 lipat dari nilai bukunya. Hal tersebut mengindikasikan bahwa nilai pasar sektor *consumer goods* dihargai lebih tinggi dari nilai bukunya sekaligus menunjukkan kemampuan entitas dalam memaksimalkan nilai pasar salah satunya melalui pengungkapan CSR. Pada perspektif ini, kita harus mengkaji alasan mengapa pengungkapan CSR memiliki dampak positif terhadap nilai perusahaan. Pertama, sektor usaha termasuk sektor *consumer goods* tidak terlepas dari polusi yang dihasilkan sebagai akibat dari proses produksi. Penanganan tidak tepat terhadap polutan tersebut dapat mengancam lingkungan sekitar. Kerusakan pada lingkungan akan berdampak pada terhambatnya kegiatan operasional bisnis serta timbulnya keluhan dari masyarakat yang jika tidak ditangani akan berakhir pada tuntutan hukum<sup>59</sup>. Ketika entitas tidak mampu memperbaiki citra buruk yang melabelinya, tingkat kepercayaan publik akan semakin menurun sehingga mampu menurunkan profitabilitas entitas. Penurunan kepercayaan *stakeholder* dan profitabilitas pada akhirnya akan berdampak pada nilai

---

<sup>58</sup> Rosdwianti, Mega Karunia, Moch Dzulkirom AR, and Z. A. Zahroh. *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap profitabilitas perusahaan (studi pada sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2013-2014)*. Diss. Brawijaya University, 2016.

<sup>59</sup> Chung, Chune Young, Sangjun Jung, and Jason Young. "Do CSR activities increase firm value? Evidence from the Korean market." *Sustainability* 10.9 (2018): 3164.

perusahaan, karena nilai perusahaan akan tumbuh berkelanjutan jika keseimbangan di antara dimensi ekonomi, lingkungan hidup, dan sosial tercapai<sup>60</sup>. Kedua, pelaksanaan CSR untuk menyejahterakan *stakeholder* khususnya karyawan mampu menciptakan keunggulan kompetitif bagi entitas (Ahyani & Puspitasari, 2019). Sebab dengan memperhatikan kesejahteraan karyawan dan mendukung peningkatan kompetensi karyawan akan menghasilkan sumber daya manusia yang terampil, kompeten, serta loyal terhadap perusahaan. Kekayaan intelektual tersebut menjadi keunggulan kompetitif entitas yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan (Hu *et al.*, 2018). Ketiga, perluasan kegiatan CSR hingga pihak eksternal seperti pemasok akan bermanfaat pada minimalisir risiko pasokan terhenti karena boikot dari pemasok sebagai reaksi reputasi buruk entitas yang dapat berdampak pada *image brand* pemasok. Keempat, citra baik yang didapat entitas sebagai komitmennya dalam memenuhi tanggung jawab sosial terhadap *stakeholder* akan mendorong konsumen untuk mengapresiasi tinggi produk yang dipasarkannya. Semakin banyak peminat terhadap suatu produk, semakin tinggi pula penjualan yang mampu dicapai oleh entitas. Penjualan yang tinggi akan menghasilkan laba yang tinggi pula sehingga kinerja keuangan entitas akan semakin baik. Entitas yang memiliki profitabilitas tinggi, risiko sosial yang rendah, dan kepercayaan dari *stakeholder* akan mendapat apresiasi positif dari investor (Endiana, 2019). Hal-hal itulah yang mendorong peningkatan nilai perusahaan karena pengungkapan CSR.

Jawaban serupa dapat kita temukan pada teori *stakeholder* dan teori legitimasi. Dalam teori *stakeholder* terdapat pandangan bahwa semakin banyak pengungkapan tanggung jawab sosial entitas maka loyalitas konsumen akan semakin meningkat sehingga produktivitas entitas dalam menghasilkan laba akan semakin baik (Pamungkas & Winarsih, 2020). Laba yang tinggi cenderung menarik perhatian investor untuk menginvestasikan dananya<sup>61</sup>. Sedangkan pada teori legitimasi menjelaskan bahwa pengungkapan CSR sebagai instrumen untuk mengomunikasikan kinerja sosial entitas yang telah dilakukan oleh entitas dalam rangka memperoleh kepercayaan *stakeholder* dan diakui oleh masyarakat sehingga akan meningkatkan kinerja keuangan entitas sekaligus nilai perusahaan (Handayani & Maharani, 2021).

Temuan ini mendukung penelitian Rahmantari (2021), Endiana (2019), Aboud & Diab (2018), serta Chung *et al.* (2018) yang menemukan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial oleh entitas berdampak positif terhadap nilai perusahaan. Eksposur kinerja sosial entitas tidak semata-mata sebagai pemenuhan kewajiban sosial, namun juga sebagai investasi jangka panjang

---

<sup>60</sup> Yulandani, Fahri, Rina Hartanti, and Susi Dwimulyani. "Pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai pemoderasi." *Proseding Seminar Nasional Akuntansi*. Vol. 1. No. 1. 2018.

<sup>61</sup> Aboud, Ahmed, and Ahmed Diab. "The impact of social, environmental and corporate governance disclosures on firm value: Evidence from Egypt." *Journal of Accounting in Emerging Economies* (2018).

bagi entitas untuk memastikan keberlanjutan kinerja keuangan maupun nilai perusahaan. Semakin tinggi eksposur yang dilakukan, semakin tinggi pula apresiasi pasar yang didapat sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Akan tetapi, penelitian ini tidak mendukung temuan Maharani (2018) yang menjabarkan bahwa ketidakseragaman CSR *disclosure* antara entitas satu dengan entitas lainnya membuat investor enggan untuk menambahkan aspek CSR pada keputusan investasi<sup>62</sup>.

## KESIMPULAN

Tujuan dari penelitian ini untuk menguji dampak pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan tiga puluh satu sampel perusahaan sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018 hingga 2020. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan memiliki dampak positif terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan. Adapun untuk profitabilitas direpresentasikan menggunakan *Return on Equity* (ROE) dan *Earning per Share* (EPS), sedangkan nilai perusahaan direpresentasikan menggunakan *Tobin's Q*.

Limitasi dalam penelitian ini di antaranya sampel yang diteliti hanya tiga puluh satu perusahaan dari lima puluh sembilan perusahaan sektor *consumer goods*. Sebagian data yang diteliti berasal dari laporan tahunan entitas sehingga tidak semua *item* pengungkapan CSR disajikan secara jelas seperti yang tercantum pada laporan keberlanjutan. Nilai koefisien determinasi yang rendah menunjukkan bahwa kontribusi variabel pengungkapan tanggung jawab sosial belum cukup kuat untuk meningkatkan profitabilitas dan nilai perusahaan sehingga perlu diuji menggunakan variabel-variabel lainnya.

Penelitian yang akan datang disarankan untuk menambah sampel dari sektor lainnya sehingga dari banyaknya sampel yang diteliti akan memberikan kesimpulan yang lebih sempurna. Kemudian peneliti selanjutnya juga dapat menambah atau memperluas variabel independen lainnya yang dianggap memiliki pengaruh terhadap profitabilitas maupun nilai perusahaan seperti Ukuran Perusahaan, *Tax Avoidance*, Prediksi Kebangkrutan dan variabel lainnya. Selain itu, peneliti selanjutnya juga dapat menganalisis menggunakan teknik analisis yang berbeda dari penelitian ini.

Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi manajemen perusahaan khususnya sektor *consumer goods* terkait pentingnya peran pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan untuk

---

<sup>62</sup> Maharani, Novera K. "Dampak Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Ratio Profitabilitas Pada Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Mendapatkan Sustainability Reporting Awards Pada Tahun 2014-2016)." *Jurnal Ekonomi* 9 (2018): 177-185.

meningkatkan profitabilitas dan nilai perusahaan bagi perusahaan yang melaksanakannya. Sebaiknya, dalam melaksanakan CSR tidak terbatas pada aspek tertentu saja, misalnya hanya aspek terkait masyarakat namun diperluas pada aspek lainnya seperti lingkungan hidup dan hak-hak pegawai. Pengungkapan tanggung jawab sosial juga diharapkan lebih transparan tercantum dalam *annual report*. Perusahaan juga perlu menyadari bahwa pelaksanaan tanggung jawab sosial bukan sebagai suatu pengeluaran biaya namun sebagai strategi dalam mengurangi risiko sehingga mampu meningkatkan profitabilitas dan nilai perusahaan serta menjaga keberlangsungan hidup perusahaan. Sementara itu, penting bagi investor untuk melihat prospek perusahaan tidak hanya berdasarkan pada aspek keuangan saja, namun juga aspek yang berkaitan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial entitas yang tercantum pada *sustainability report* ataupun *annual report*. Perusahaan yang melaksanakan tanggung jawab sosial secara tidak langsung telah mengurangi risiko bisnis yang ada serta bermanfaat untuk meningkatkan profitabilitas dan nilai perusahaan. Jadi, peluang untuk mendapatkan *return* yang lebih besar akan semakin tinggi.

#### DAFTAR PUSTAKA

- About, Ahmed, and Ahmed Diab. "The impact of social, environmental and corporate governance disclosures on firm value: Evidence from Egypt." *Journal of Accounting in Emerging Economies* (2018).
- Ahyani, Rahmelia, and Windhy Puspitasari. "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Properti Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017." *J. Akunt. Trisakti* 6.2 (2019): 245.
- Chung, Chune Young, Sangjun Jung, and Jason Young. "Do CSR activities increase firm value? Evidence from the Korean market." *Sustainability* 10.9 (2018): 3164.
- Dowling, John, and Jeffrey Pfeffer. "Organizational legitimacy: Social values and organizational behavior." *Pacific sociological review* 18.1 (1975): 122-136.
- El Moslemany, Racha, and Menan Etab. "The effect of corporate social responsibility disclosures on financial performance in the banking industry: empirical study on Egyptian banking sector." *International Journal of Business and Economic Development (IJBED)* 5.1 (2017).
- Elkington, John, and Ian H. Rowlands. "Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business." *Alternatives Journal* 25.4 (1999): 42.
- Endiana, I. Dewa Made. "Implementasi Corporate Governance Pada Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan." *Jurnal Riset Akuntansi (JUARA)* 9.1 (2019): 92-100.
- Freeman, R. Edward. *Strategic management: A stakeholder approach*. Cambridge university press, 2010.
- Gantino, Rilla. "Pengaruh corporate social responsibility terhadap kinerja keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2008-2014." *Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis* 3.2 (2016): 19-32.

Mustika Zuhriah, Novera Kristianti Maharani : Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure Terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan

Hana, Zerra Restavia Finandra, and Aulia Fuad Rahman. "Pengaruh pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap kinerja keuangan perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* 1.2 (2012).

Handayani, Putri, and Novera Kristianti Maharani. "Effect Of Environmental Performance, Company Size, And Profitability On Corporate Social Responsibility Disclosures." *Papatung: Jurnal Ilmu Administrasi Publik, Pemerintahan Dan Politik* 4.1 (2021): 121-133.

Hery, H., and M. Si. "Kajian Riset Akuntansi." *Jakarta: PT. Grasindo* (2017).

Hidayati, Nina Dwi. *Corporate Social Responsibility (CSR) dan Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi pada Perusahaan Semen yang Terdaftar di BEI Tahun 2013-2017)*. Diss. Universitas Brawijaya, 2019.

Hu, Yuanyuan, et al. "CSR and firm value: Evidence from China." *Sustainability* 10.12 (2018): 4597.

Indrarini, Silvia. "Nilai Perusahaan Melalui Kualitas Laba." *Surabaya: Scopindo Media Pustaka* (2019).

Kibler, Kelly M., et al. "Flow–vegetation interaction in a living shoreline restoration and potential effect to mangrove recruitment." *Sustainability* 11.11 (2019): 3215.

Maharani, Novera K. "Dampak Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Ratio Profitabilitas Pada Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Mendapatkan Sustainability Reporting Awards Pada Tahun 2014-2016)." *Jurnal Ekonomi* 9 (2018): 177-185.

Mudjiyanti, Rina, and Salis Saevy Maulani. "Pengaruh likuiditas dan profitabilitas terhadap pengungkapan corporate social responsibility pada perusahaan terdaftar di bursa efek indonesia." *Media Ekonomi* 17.1 (2017): 7-12.

Parengkuan, Winnie Eveline. "Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Melalui Pojok Bursa FEB–UNSRAT." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 5.2 (2017).

Pasaribu, Aria Masdiana. "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan Pada Pt Perkebunan Nusantarapersero (PTPN Persero)." *JRAK: Jurnal Riset Akuntansi dan Komputerisasi Akuntansi* 7.2 (2016): 27-42.

Prasetyo, Agung, and Wahyu Meiranto. "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2013-2015." *Diponegoro Journal of Accounting* 6.3 (2017): 260-371.

Pratiwi, Aliah, Nafisah Nurulrahmatia, and Puji Muniarty. "Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar di BEI." *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi* 4.1 (2020): 95-103.

Putri, Ayu Oktyas, and Suwitho Suwitho. "Pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan csr sebagai variabel pemoderasi." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)* 4.4 (2015).

Putri, Kristina Apriliani, Elma Muncar Aditya, and Nurdhiana Nurdhiana. "Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2017." *Jurnal Ilmiah Aset* 21.2 (2019): 107-114.

Mustika Zuhriah, Novera Kristianti Maharani : Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure Terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan

Rahmantari, Ni Luh Laksmi. "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia." *GANEC SWARA* 15.1 (2021): 813-823.

Rosdwianti, Mega Karunia, Moch Dzulkirom AR, and Z. A. Zahroh. *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap profitabilitas perusahaan (studi pada sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2013-2014)*. Diss. Brawijaya University, 2016.

Sampong, Frank, et al. "Disclosure of CSR performance and firm value: New evidence from South Africa on the basis of the GRI guidelines for sustainability disclosure." *Sustainability* 10.12 (2018): 4518.

Satria, Emerald Dany, and Daljono Daljono. *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011)*. Diss. Fakultas Ekonomika dan Bisnis, 2013.

Suciwati, Desak Putu, Desak Putu Arie Pradnyan, and Cening Ardina. "Pengaruh corporate social responsibility terhadap kinerja keuangan." *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan* 12.2 Juli (2017): 104.

Utomo, Agus Setyo. "Pengaruh CSR, ROI, ROE terhadap harga saham pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia." *Jurnal Penelitian Teori & Terapan Akuntansi (PETA)* 4.1 (2019): 82-94.

Yulandani, Fahri, Rina Hartanti, and Susi Dwimulyani. "Pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai pemoderasi." *Proseding Seminar Nasional Akuntansi*. Vol. 1. No. 1. 2018.