

## Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure, Leverage dan Firm Size Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018)

**Bintang Kusucahyo**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Widya Karya Malang

**Devi Eka Istiana**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Widya Karya Malang

*Korespondensi penulis: [201612004@widyakarya.ac.id](mailto:201612004@widyakarya.ac.id)*

**Abstract.** *This study aims to determine the effect of Corporate Social Responsibility Disclosure, Leverage and Firm Size on the value of manufacturing companies listed on the IDX. The type of research used is explanatory research with a quantitative approach. The population in this study were manufacturing companies listed on the IDX as many as 165 companies. The sample selection used a purposive sampling method and predetermined criteria, 71 companies were selected as a sample. Secondary data sources with documentation data collection techniques, testing is done by using multiple linear regression test with a significance level of 5%. The results of the analysis show that CSR, leverage, and firm size have an effect simultaneously on firm value and partially CSR have no effect on firm value while leverage and firm size have an effect on firm value. Leverage has the most dominant effect on firm value.*

**Keywords:** *CSR, Leverage, Firm Size, Company Value.*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure, Leverage Dan Firm Size Terhadap Nilai Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Jenis penelitian yang digunakan adalah explanatory research dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI sebanyak 165 perusahaan. Pemilihan sampel menggunakan metode purposive sampling dan kriteria yang telah ditetapkan maka terpilihlah sampel 71 perusahaan. Sumber data sekunder dengan teknik pengumpulan data dokumentasi, pengujian dilakukan dengan menggunakan uji regresi linear berganda dengan tingkat signifikansi 5%.

Hasil analisis menunjukkan bahwa CSR, leverage, dan firm size berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan dan secara parsial CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan sedangkan leverage dan firm size berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Leverage berpengaruh paling dominan terhadap nilai perusahaan..

**Kata kunci:** CSR, Leverage, Firm Size, Nilai Perusahaan.

## **LATAR BELAKANG**

Perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang dekat dengan masyarakat bahwasannya produk yang dihasilkan dari perusahaan manufaktur digunakan oleh masyarakat. Tidak adanya pengelolaan limbah yang baik akan berdampak buruk pada lingkungan dan kepercayaan masyarakat.

Suatu perusahaan didirikan tentunya untuk mendapatkan keuntungan dan kelangsungan hidup perusahaan atau going concern seiring dengan pertumbuhan perusahaan yang makin pesat dan kompetitif di Indonesia. Indonesia sudah memasuki ekonomi pasar bebas sejak tahun 2015 yang mengharuskan perusahaan di Indonesia berkompetisi juga secara global. Indikator suatu perusahaan unggul dapat dilihat dari nilai perusahaan yang tercermin dari harga saham. Perusahaan yang telah melakukan go public, lebih mudah mendapatkan pendanaan dari investor karena para investor dapat dengan mudah mengakses laporan keuangan maupun laporan tahunan sebagai bahan pertimbangan untuk menginvestasikan dana bagi perusahaan. Tidak hanya unggul dari sisi keuangan saja, perusahaan juga harus memiliki citra yang baik di mata masyarakat.

Salah satu cara yang dapat digunakan untuk memperbaiki citra perusahaan dengan melakukan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan atau corporate social responsibility (CSR) yang dapat dilihat pada laporan tahunan perusahaan. CSR dilakukan sebagai bentuk tanggungjawab perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan.

## **KAJIAN TEORITIS**

### **Teori Pemangku Kepentingan (Stakeholder Theory)**

Menurut Nugraha dan Meiranto (2015) dengan adanya teori stakeholder perusahaan harus bertanggung jawab secara sosial kepada para pihak yang terkena dampak dari perusahaan sehingga dalam menjalankan aktivitasnya, perusahaan perlu mempertimbangkan kepentingan para stakeholder tersebut. Tujuannya agar kepentingan stakeholder dapat terjamin.

### **Teori Legitimasi (Legitimacy Theory)**

Menurut Ghozali dan Chariri (2007) yang mendasari teori legitimasi adalah kontrak sosial antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi.

### **Teori Persinyalan (Signalling Theory)**

Teori sinyal menjelaskan motivasi perusahaan dalam memberikan informasi berupa laporan keuangan maupun laporan tahunan kepada pihak eksternal. Perusahaan sebagai pihak pemberi sinyal menunjukkan kepada penerima sinyal bahwa perusahaan memiliki tanggungjawab yang lebih baik dari pada perusahaan lain. Hal ini merupakan sinyal bahwa pihak manajemen perusahaan mempunyai harapan dan jaminan yang lebih baik atau memiliki investasi dimasa yang akan datang.

### **Akuntansi Lingkungan (Green Accounting)**

Menurut Lako (2018) Green accounting merupakan paradigma baru dalam bidang akuntansi yang menganjurkan bahwa fokus dari proses akuntansi tidak hanya pada transaksi-transaksi keuangan untuk menghasilkan laporan keuangan agar dapat diketahui keuntungan maupun kerugian entitas korporasi, namun juga pada transaksi-transaksi sosial masyarakat dan lingkungan sehingga diketahui juga informasi akuntansi sosial dan lingkungan.

### **Corporate Social Responsibility Disclosure**

Tanggungjawab sosial perusahaan (corporate social responsibility) menurut Hariani (2017) merupakan suatu mekanisme bagi perusahaan atau organisasi untuk mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial secara sukarela ke dalam operasi dan interaksi perusahaan dengan stakeholder.

### **Leverage**

Leverage merupakan suatu pengukuran atas seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. Fahmi (2012) mengungkapkan bahwa penggunaan utang yang terlalu tinggi akan berdampak buruk bagi perusahaan karena perusahaan akan masuk dalam kategori extreme leverage (utang ekstrim) yaitu perusahaan terjebak dalam tingkat utang yang tinggi dan sulit untuk melepaskan beban utang tersebut.

### **Ukuran Perusahaan (Firm Size)**

Menurut Riyanto (2011) ukuran perusahaan dapat didefinisikan sebagai besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat dari besarnya nilai ekuitas ataupun nilai total aktiva dari suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dianggap mampu memengaruhi nilai perusahaan karena

semakin besar perusahaan maka perusahaan mudah memperoleh pendanaan yang nantinya akan dikelola oleh pihak manajemen untuk meningkatkan nilai perusahaan.

### **Nilai Perusahaan**

Menurut Sukamulja (2004) ada berbagai rasio untuk mengukur nilai perusahaan, salah satunya menggunakan rasio Tobin's Q. Rasio ini dinilai dapat memberikan informasi terbaik, karena dalam Tobin's Q memasukkan semua unsur hutang dan modal saham perusahaan serta seluruh aset perusahaan. Tobin's Q menunjukkan seberapa besar perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik. Semakin besar nilai pasar aset perusahaan dibandingkan nilai buku aset, maka semakin besar kerelaan investor untuk mengeluarkan pengorbanan yang lebih untuk memiliki perusahaan tersebut. Perusahaan dengan nilai rasio Tobin's Q yang besar menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik. Tobin's Q yang tinggi umumnya menggambarkan bahwa perusahaan memiliki citra yang sangat kuat sedangkan perusahaan dengan Tobin's Q yang rendah umumnya berada pada industri yang sangat kompetitif atau industri yang mulai mengecil

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah explanatory research, bertujuan untuk menjelaskan pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen melalui pengujian hipotesis.

### **Ruang Lingkup Penelitian**

Ruang lingkup penelitian bidang manajemen keuangan yang membahas tentang pengaruh corporate social responsibility disclosure, leverage dan firm size terhadap nilai perusahaan, studi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

### **Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Bursa Efek Indonesia akses data melalui Pojok Bursa Efek Indonesia Universitas Negeri Malang yang terletak di Jl. Semarang No. 5 Malang

## **Sumber Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, data yang dikumpulkan peneliti dari beberapa berbagai sumber dan literatur atau peneliti merupakan tangan kedua.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Pembahasan**

#### **a. Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa besar variabel independen menjelaskan variabel dependenyang berkisar antara nol dan satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel nilai perusahaan.

Hasil Uji Koefisien Determinasi tabel model summary dapat diketahui bahwa, besarnya RSquare sebesar 0,128 Hal ini berarti 12,8% nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel independen CSR, leverage, dan size, sedangkan sisanya 87,2% dapat dijelaskan oleh faktor – faktor diluar model penelitian.

#### **b. Uji F**

Uji F dilakukan untuk menguji ada atau tidaknya pengaruh variabel independen CSR, leverage, dan size terhadap nilai perusahaan.

Hasil uji F pada tabel IV.13 dapat diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 4,701 dan signifikansi 0,004 berarti lebih kecil dari derajat kesalahan yaitu 5%, artinya minimal ada satu variabel independen antara CSR, leverage, dan sizeyang berpengaruh secara bersama-sama terhadap nilai perusahaan manufaktur.

#### **c. Uji t**

Hasil Uji t dapat diinterpretasikan bahwa :

1. Variabel CSR mempunyai t-hitung sebesar 0,427yang berarti nilai t-hitung lebih kecil dari t-tabel sebesar 1,984, artinya tidak terjadi pengaruh secara parsial dari variabel CSR terhadap variabel dependen nilai perusahaan manufaktur.
2. Variabel leverage mempunyai t-hitung sebesar 2,350 yang berarti nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel sebesar 1,984, artinya terjadi pengaruh secara parsial dari variabel leverage terhadap variabel dependen nilai perusahaan manufaktur.

3. Variabel size mempunyai t-hitung sebesar 2,129 yang berarti nilai t-hitung lebih kecil dari t-tabel sebesar 1,984, artinya terjadi pengaruh secara parsial dari variabel size terhadap variabel dependen nilai perusahaan manufaktur

## **Hasil Penelitian**

### **1. Kemampuan Variabel Independen (CSR, Leverage, dan Size) Memengaruhi Variabel Dependen Nilai Perusahaan Manufaktur**

Hasil penelitian pada uji F dapat diketahui nilai F hitung sebesar 4,701 dan signifikansi sebesar 0,004 yang lebih kecil dari derajat kesalahan 0,05 maka H1 diterima, artinya minimal ada satu variabel independen antara CSR, leverage, dan size yang memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel nilai perusahaan.

### **2. Kemampuan CSR Memengaruhi Nilai Perusahaan Manufaktur**

Hasil analisis menunjukkan tidak ada pengaruh variabel CSR terhadap nilai perusahaan dikarenakan rata-rata perusahaan sampel hanya mengungkapkan 7 indikator dari 91 indikator yang disyaratkan dalam pelaporan CSR, hal ini berarti bahwa perusahaan kurang memperhatikan pentingnya syarat pelaporan CSR berdasarkan index GRI. Perusahaan sampel sebagian besar tidak mengungkapkan CSR berdasarkan index GRI, namun ada perusahaan yang sudah mengungkapkan CSR sesuai dengan index GRI.

### **3. Kemampuan Leverage Memengaruhi Nilai Perusahaan Manufaktur**

Hasil analisis menunjukkan bahwa leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan, hal ini sejalan dengan penelitian Harianai (2017) yang menyatakan bahwa secara parsial leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Fauzan (2018) yang menyatakan bahwa DER secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

### **4. Kemampuan Size Memengaruhi Nilai Perusahaan Manufaktur**

Firm size berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil analisis ini sejalan dengan penelitian Rudangga and Sudiarta (2016) bahwa leverage berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan dan tidak sejalan dengan penelitian Suryandani (2018) bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

## 5. Variabel paling dominan mempengaruhi nilai perusahaan

Hasil regresi linear berganda menunjukkan beta paling besar dimiliki oleh variabel leverage yaitu sebesar 0,231, maka dapat disimpulkan variabel leverage merupakan variabel paling dominan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan investor akan cenderung melihat laporan keuangan disamping CSR dan firm size dalam menilai suatu perusahaan dan melihat rasio keuangan, salah satunya adalah rasio DER sebagai pengukuran leverage perusahaan. Hasil analisis ini sejalan dengan penelitian Hariani (2017) yang mengungkapkan leverage berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

1. Uji F menunjukkan bahwa pengaruh CSR, leverage, dan size berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan manufaktur. Variasi faktor terhadap nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel independen CSR, leverage, dan size yang berpengaruh sebesar 12,8% dikarenakan adanya data pengganggu, sedangkan sisanya 87,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor diluar model penelitian.
2. Secara parsial hasil uji regresi dan uji t menunjukkan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, leverage dan firm size berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
3. Hasil uji regresi linear berganda menunjukkan variabel leverage paling berpengaruh paling terhadap nilai perusahaan.

## DAFTAR REFERENSI

- Aniela, Yoshi. "Peran Akuntansi Lingkungan dalam Meningkatkan Kinerja Lingkungan dan Kinerja Keuangan Perusahaan." Berkala Ilmiah Mahasiswa Akuntansi - Vol 1, No. 1.: 15-19. <http://journal.wima.ac.id/index.php/BIMA/article/view/24>. Diakses pada 6 Oktober 2019.
- Candra, Anastasia A, and Juniarti. "Pengaruh Tingkat Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Information Asymmetry dengan Variabel kontrol Dividend Yield dan Merket-To-Book Ratio pada Perusahaan." 86 Business Accounting Review, Vol. 5, No. 1.:86-96. <http://publication.petra.ac.id/index.php/akuntansi-isnis/article/view/6366>. Diakses pada 15 Oktober 2019.
- Deegan, C., & Rankin, M. (1996). An analysis of environmental disclosures by firms prosecuted successfully by the Environmental Protection Authority. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 9(2), 50–67. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1108/09513579610116358>. Diakses 11 September 2019.
- Fahmi, Irham. Pengantar Manajemen Keuangan . Bandung: Alfabeta, 2012. Fajriana, Ardianti, and Denies Priantinah. "Pengaruh Corporate Social Responsibility, Keputusan Investasi, dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan." *Jurnal Nominal Volume V Nomor 2*, 2016: 16-28. <https://journal.uny.ac.id/index.php/nominal/article/view/11721>.

Diakses pada 15 September 2019

- Fauzan, dkk. "The Role of Corporate Social Responsibility In The Moderating Influence Profitability, Leverage and The Size of The Company Against The Value of The Company." *Journal of Management*. Vol 4. No. 4. <https://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/928>. Diakses pada 10 November 2019
- Hariani, Pipit Putri. "Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan." *Jurnal Agama dan Pendidikan Islam*, 2017:99- 113. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/intiqad/article/view/1385>. Diakses pada 2 Desember 2019.
- Hartono, J. *Metodologi Penelitian Bisnis Salah Kaprah dan Pengalaman- Pengalaman*. Yogyakarta: BPFE, 2013.
- Kamaludin, and Rini indriani. *Manajemen Keuangan*. Bandung: CV. Mandar Maju, 2012.
- Kartini, Dwi. *Corporate Social Responsibility*. Bandung: PT Refika Aditama, 2009.
- Lako, Andreas. 2018. *Akuntansi Hijau*. Jakarta: Salemba Empat.
- Murniati, dkk. 2013. *Alat-Alat Pengujian Hipotesis*. Semarang : Universitas Katolik Soegijapranata.
- Murnita, dkk. 2018. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan Leverage sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. Vol.23.2.14701494. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/article/view/37795>. Diakses pada 20 November 2019.
- Musthafa. 2017. *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.
- Nurhayati, and dkk. 2019 Dampak Moderasi Profitabilitas dan Leverage Terhadap Pengaruh CSR pada Nilai Perusahaan di Indonesia. *Prosiding SENDI\_U*, 2019:608-613. <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/sendu/article/view/7346>. Diakses pada 5 Januari 2020.
- Peraturan Menteri Lingkungan Hidup No 5. (2011). *Peraturan MenteriLingkunganHidup No 5*. <http://apki.net/wp-content/uploads/2012/05/>
- Peraturan-Menteri-Negara-Lingkungan-Hidup-Nomor-5-Tahun-2011-Program-Penilaian-Perangkat-Kinerja-Perusahaan-dalam-Pengelolaan-Lingkungan-Hidup1.pdf*
- Peraturan Pemerintah No 47. (2012). *Tentang Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan PerseroanTerbatas*. <https://www.hukumonline.com/pusatdata/download/1t4f98d41bab121/node/1t4f98d3a83cfd2>
- Pratama, dkk. 2016. "Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Mediasi." *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No. 2.1338 1367. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/17498>. Diakses pada 2 Desember 2019.
- Rahayuningsih. 2018. *Pengaruh Kinerja Lingkungan dan Pengungkapan Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan*. Skripsi. Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
- Ramona, Suci. 2017. *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan*



dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating. Skripsi. Universitas Pasir Pangaraian Rokan Hulu.

- Rudangga, dkk. 2016. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. E-Jurnal Manajemen Unud Vol. 5, No. 7. 4394-4422. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/21920>. Diakses pada 5 Desember 2019.
- Safitri, Yohana, Abrar, and Edi B Santoso. 2018. "Peranan Corporate Social Responsibility Dalam Memoderasi Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan." Journal Of Accounting. Vol 4 No 4. 1-18. <https://jurnal.unpand.ac.id/index.php/AKS/article/view/1173>. Diakses pada 8 Desember 2019.
- Setiawati, dkk. 2018. Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Pengungkapan Sosial Terhadap Nilai Perusahaan. Jurnal Akuntansi Vol. 12 No. 1. 29-57. <http://ojs.atmajaya.ac.id/index.php/JRAK/article/view/1005>. Diakses pada 10 Desember 2019.
- Sisyoto dan Sodik. 2015. Dasar Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Stacia, dkk. 2015. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap nilai perusahaan. Business Accounting Riview, Vol. 3 No. 2. 81- 90. <http://publication.petra.ac.id/index.php/akuntansi-bisnis/article/view/3852>. Diakses pada 15 September 2019.
- Suryandani, Atika. 2018. Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Property dan Real Estate. Business Management Analysis Journal. Vol 1, No 1. 49- 59. <https://jurnal.umk.ac.id/index.php/bmaj/article/view/2682>. Diakses pada 19 September 2019.
- Wahyudi, dkk. 2016. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Kebijakan Deviden, dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan. BENEFIT Jurnal Manajemen dan Bisnis. Vol 1, No 2. 156-164. <http://journals.ums.ac.id/index.php/benefit/article/view/3259>. Diakses pada 20 September 2019.