

## Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan

Aidil Putra Pratama<sup>1\*</sup>, Vanica Serly<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Padang, Padang

\*Korespondensi: [aidilputra359@gmail.com](mailto:aidilputra359@gmail.com)

---

**Tanggal Masuk:**

26 Mei 2024

**Tanggal Revisi:**

31 Juli 2024

**Tanggal Diterima:**

03 Agustus 2024

---

**Keywords:** *Corporate Social Responsibility (CSR); Firm Value; Net Profit Margin*

---

**How to cite (APA 6<sup>th</sup> style)**

Pratama, A.P., & Serly, Vanica. (2024). Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi (JEA)*, 6 (3), 1285-1301.

---

**Abstract**

*The aim of this research is to examine the impact of implementation of Corporate Social Responsibility (CSR) on the firm value of logistics and transportation companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) 2018 - 2022. This study used simple linear regression method by using SPSS. This research sample used a purposive sampling technique, from the 37 companies used as the population, 19 companies were obtained as samples. The results showed that Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure affects firm value (Tobin's Q). Furthermore, Robustness Test in this study result showed that Corporate Social Responsibility (CSR) effects on firm value if measured by Net Profit Margin (NPM).*

---

**DOI:**

<https://doi.org/10.24036/jea.v6i3.1699>

---



This is an open access article distributed under the [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

---

### PENDAHULUAN

Seiring dengan meningkatnya persaingan bisnis di masa globalisasi yang sedang berlangsung, perusahaan tidak dapat dipisahkan dari dampak perubahan lingkungan, keuangan, sosial dan politik serta peningkatan inovasi yang cepat. Oleh karena itu, perusahaan perlu memahami dan mencermati berbagai peluang yang ada agar dapat mengawasi kinerja para eksekutif dengan baik, mulai dari area produksi, area SDM, area periklanan, dan area keuangan agar organisasi dapat menyaingi para pesaingnya (Pratama & Wiksuana, 2019). Persaingan bisnis yang semakin ketat juga mengharuskan perusahaan untuk dapat mengembangkan pelaksanaan operasional dan meningkatkan produk dan layanan mereka menjadi lebih agresif. Namun untuk mencapai hal tersebut, maka diperlukan aset atau modal tambahan (Pratama & Wiksuana, 2019). Dalam hal ini, salah satu cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah dengan menjual penawaran kepemilikannya ke pasar modal seperti Perdagangan saham di Bursa Efek Indonesia (BEI) (Permana & Wirawati, 2018).

Namun sebelum investor memutuskan untuk berinvestasi pada perusahaan, maka investor cenderung akan melihat nilai perusahaan. Nilai perusahaan menjadi salah satu indikator utama yang dilihat oleh investor, karena nilai perusahaan dapat menggambarkan

suatu keberhasilan manajemen perusahaan dalam mengelola kekayaan para pemegang saham. Nilai perusahaan yang tinggi dapat menggambarkan kondisi kinerja perusahaan yang bagus sehingga akan menyebabkan investor dapat menaruh kepercayaan pada asumsi-asumsi yang terjadi selanjutnya (Dendi dkk., 2020).

Jika dilihat dari rata-rata harga saham perusahaan logistik dan transportasi yang terdaftar di BEI dari tahun 2018-2022 yang diambil menggunakan *Closing Price* dari tahun 2018-2022, rata-rata harga saham perusahaan logistik dan transportasi yang terdaftar di BEI mengalami ketidakstabilan dan menurun pada tahun 2022. Pada tahun 2018 rata-rata harga saham perusahaan logistik dan transportasi berada pada angka 399,11 lalu menurun sebesar -10.80% ke harga rata-rata 356,00. Kemudian naik sebesar 14,96% ke harga rata-rata 409,26 pada tahun 2020. Hal ini menandakan bahwa adanya pandemi COVID-19 tidak memiliki pengaruh terhadap harga saham perusahaan sektor logistik dan transportasi di Indonesia, kemudian rata-rata harga saham naik sebesar 49,47% ke harga rata-rata 611,74 pasca pandemi COVID-19 hingga pada tahun 2022, harga rata-rata saham mengalami penurunan sebesar 21,97% di harga rata-rata 477,32. Jika dilihat dari tahun 2022, maka harga tersebut justru mendekati harga rata-rata pada tahun 2018 dimana hal ini menjadi perhatian bagi investor dalam mempertimbangkan keputusannya untuk menginvestasikan modalnya pada sektor logistik dan transportasi di Indonesia.

Salah satu cara perusahaan agar dapat meningkatkan nilai perusahaan adalah dengan memberikan pengungkapan terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hubungan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan nilai perusahaan mengacu pada *stakeholder theory* yang digagas oleh R. E. Freeman (1984) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berdampak positif pada kekayaan pemegang saham karena berfokus pada kepentingan para pemangku kepentingan, meningkatkan keinginan mereka untuk mendukung setiap aktivitas operasional perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat meningkatkan persepsi dan kepuasan pelanggan. Selain itu, tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR tidak hanya digunakan untuk meningkatkan nilai perusahaan, tetapi juga sebagai suatu bentuk strategi kompetitif utama dan memungkinkan perusahaan untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan. Seperti pemakaian biaya operasi yang rendah atau diferensiasi dengan memperoleh dukungan dari para pemangku kepentingan, membangun citra yang baik di masyarakat dsb. Pada akhirnya, tanggung jawab sosial perusahaan yang disebut keberlanjutan perusahaan dapat menjadi bagian integral dari strategi pembangunan berkelanjutan perusahaan bersama dengan para pemangku kepentingan (Yuanyuan Hu dkk., 2018). Inisiatif *Corporate Social Responsibility* (CSR) berkontribusi untuk meningkatkan nilai perusahaan dalam memenuhi komitmennya, dan karenanya meningkatkan insentif pemangku kepentingan untuk berkontribusi dengan sumber daya dan upaya bagi perusahaan (Freeman, 1984). Oleh karena itu, CSR meningkatkan kinerja keuangan dengan meningkatkan hubungan perusahaan dengan kelompok pemangku kepentingannya.

Istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR) dikenal oleh masyarakat, karena kemajuan dan inovasi dalam organisasi yang mempengaruhi pelaksanaan fungsional dan kewajiban sosial perusahaan yang semakin maju dan kompleks. Seiring berjalannya waktu, perusahaan diharapkan tidak hanya fokus pada optimalisasi keuntungan. Walaupun tujuan perusahaan adalah memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya karena perusahaan harus dapat bertahan dan menjaga keberlangsungan hidup perusahaan tanpa adanya batas waktu (*sustainable*), tetapi perusahaan juga harus mempunyai pilihan untuk membuat komitmen positif terhadap lingkungan dan sosial masyarakat. Seperti menjaga kelestarian lingkungan dan menjamin kesejahteraan masyarakat di wilayah sekitar perusahaan. Kesadaran stakeholder akan pentingnya pembangunan berkelanjutan dengan tidak menyampingkan isu sosial dan lingkungan mendorong entitas bisnis untuk mengungkapkan praktik atau kegiatan CSR yang dilakukannya (Mungky Felicia & Ni Ketut Rasmini, 2015).

Pemberlakuan Kewajiban Sosial Perusahaan atau CSR di Indonesia diatur dalam Pasal 74 ayat (1) UU 40 tahun 2007 yang menyebutkan bahwa “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan”. Penjelasan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial perusahaan tertuang pada Pasal 2 PP 47/2012 yang menerangkan bahwa pada dasarnya setiap perusahaan sebagai wujud aktivitas manusia dalam bidang perekonomian mempunyai tanggung jawab moral untuk memelihara hubungan perusahaan yang serasi dan seimbang dengan lingkungan dan masyarakat setempat sesuai dengan nilai, norma, dan budaya masyarakat.

Meskipun demikian, peraturan ini belum cukup kuat untuk menjadi suatu landasan terkait pelaksanaan CSR bagi perusahaan yang beroperasi di Indonesia serta menimbulkan diskriminasi bahwa hanya perusahaan yang bergerak di bidang sumber daya alam saja yang di bebani kewajiban atas pengungkapan CSR tersebut. Kusnadewi & Dharma Suputra, (2021) menyatakan bahwa program *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara tegas dibuat dalam peraturan agar perusahaan dapat menjauhkan diri dari pilihan-pilihan yang dapat merugikan masyarakat dan lingkungan demi keuntungan perusahaan itu sendiri. Program CSR dibuatkan dalam undang-undang khusus dimaksudkan agar ada peraturan yang jelas mengenai lingkup dari *Corporate Social Responsibility* (CSR). Oleh karena itu, program CSR digolongkan sebagai suatu program penting serta menekankan kewajiban bagi semua jenis dan sektor perusahaan untuk memasukkan laporan CSR dalam catatan mereka (Putranto & Kewal, 2017).

Yuman Nur Rozak (2021) mengungkapkan bahwa perusahaan yang tidak berhubungan langsung dengan pemanfaatan sumber daya alam juga dapat mempengaruhi dampak bagi lingkungan dan sosial di sekitar aktivitas operasional perusahaan. Seperti perusahaan yang bergerak pada sektor logistik dan transportasi di Indonesia yang dapat menimbulkan polusi dan penggunaan bahan bakar fosil yang tidak dapat terkendali, kurangnya kesadaran perusahaan akan pentingnya penciptaan lingkungan yang bersih serta penempatan aktivitas kegiatan operasional yang berdekatan dengan pemukiman masyarakat lokal. Transportasi memainkan peran mendasar dalam hampir semua pembangunan negara, karena infrastruktur transportasi dan logistik merupakan prasyarat bagi keterhubungan masyarakat. Sistem transportasi yang efektif memberikan kontribusi positif terhadap pembangunan sosial dan pertumbuhan ekonomi, tetapi pada saat yang sama juga menimbulkan dampak negatif terhadap lingkungan dan kesehatan manusia. Sektor transportasi dan logistik berinteraksi dengan semua cabang produksi material yang berkaitan dengan sumber daya alam. Kemudian, perusahaan transportasi merupakan sektor perusahaan pemberi kerja yang penting dan terkadang mengalami kekurangan personel yang terampil. Sebagai bagian dari industri jasa, transportasi sangat bergantung pada kepercayaan pelanggan dan citra merek produk. Pertimbangan ini membuat CSR sangat berpengaruh dalam perusahaan transportasi dan logistik.

Beberapa perusahaan di Indonesia yang bergerak pada sektor logistik dan transportasi di Indonesia tidak menjalankan program CSR dengan tepat. Seperti perusahaan WEHA Transportasi Indonesia Tbk., Armada Berjaya Trans Tbk., Pelayaran Nelly Dwi Putri Tbk, Trimuda Nuansa Citra Tbk dan Dewata Freigh International Tbk. Hal ini bertentangan dengan peraturan pasal Pasal 74 ayat (1) UU 40 tahun 2007 mengenai penyajian *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia. Disisi lain, meskipun mengalami kerugian pada tahun 2021, Garuda Indonesia (Persero) Tbk. tetap menjaga komitmennya dalam melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Dilansir pada situs ([www.garuda-indonesia.com/id](http://www.garuda-indonesia.com/id)) dalam upayanya untuk mendukung kelestarian lingkungan, Garuda Indonesia (Persero) Tbk. mengembangkan konsep *Garuda Indonesia Green Airline* yang direalisasikan melalui keterlibatannya sebagai salah satu founding member Indonesia

*Business Council for Sustainable Development* (IBCSO). Kemudian, Garuda Indonesia (Persero) Tbk. juga tetap konsisten dalam menjalankan program TJSL (Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan) yang terdiri dari pendanaan UMK dan non UMK mengucurkan dana sebesar Rp2,64 Miliar pada tahun 2021 ([www.garuda-indonesia.com/id](http://www.garuda-indonesia.com/id)).

Penelitian terdahulu yang membahas hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan menemukan hasil yang beragam. Dwi Yuni Sartika, (2017) mengungkapkan bahwa adanya pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan, karena dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan yang ada pada CSR akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*) sehingga berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Harjoto & Laksmana (2018) menemukan bahwa CSR dapat membatasi pengambilan risiko dan menemukan dampak positif tidak langsung terhadap nilai perusahaan. Purnama dkk., (2020) menemukan hasil bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial dan mekanisme tata kelola berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Hermawan dkk., (2023) yang mengungkapkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan di Indonesia.

Hasil berbeda ditemukan oleh Pristianingrum Nurfina, (2017) yang menemukan hasil penelitian bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian Natalia dkk., (2019) bahwa perusahaan manufaktur di Indonesia belum sepenuhnya mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunannya. Sehingga tidak terdapat pengaruh signifikan pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan. D'Amato & Falivena, (2020) menemukan hasil bahwa perusahaan dengan usia dan ukuran masih kecil akan berdampak negative bagi nilai perusahaan. Hal ini konsisten dengan pandangan inisiatif CSR yang mungkin tidak efektif terhadap perusahaan kelompok kecil dan usia yang muda karena kurangnya sumber daya keuangan, pengalaman, reputasi dan sebagainya.

Berdasarkan uraian latar belakang dan penelitian terdahulu maka ditemukan gap serta hasil penelitian yang masih belum konsisten. Pada penelitian ini akan menguji kembali apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan. Perbedaan yang mendasar dari penelitian ini terletak pada sampel dan tahun penelitian yang digunakan. Penelitian ini menggunakan sampel dari Perusahaan Logistik dan Transportasi yang terdaftar di BEI periode 2018-2022. Alasan peneliti menggunakan perusahaan sektor logistik dan transportasi karena pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki dampak signifikan terhadap lingkungan seperti penggunaan bahan baku, bahan bakar fosil dan polutan. Dengan begitu penerapan CSR perusahaan dapat membantu mengurangi dampak negatif dari perusahaan terhadap lingkungan dan memberikan praktik yang lebih ramah terhadap lingkungan.

Kemudian, peneliti akan melihat bagaimana pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan logistik dan transportasi untuk meningkatkan reputasinya dan menarik investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan. Pelaksanaan CSR menunjukkan komitmen perusahaan dalam mengintegrasikan sosial dan lingkungan dalam aktivitas operasionalnya baik perusahaan tersebut dalam keadaan sehat secara finansial maupun mengalami kerugian seperti yang dialami oleh perusahaan Garuda Indonesia (Persero) Tbk. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran dan kontribusi terhadap perusahaan transportasi dan logistik dalam meningkatkan nilai perusahaannya dengan melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR).

## REVIU LITERATUR DAN HIPOTESIS

### *Stakeholder Theory*

Teori *stakeholder* ditemukan oleh R. E. Freeman (1984) dalam bukunya yang berjudul “*Strategic Management: A Stakeholder Approach*” mencirikan teori *stakeholder* sebagai teori yang menggambarkan pihak mana yang akan diuntungkan oleh entitas bisnis. Arti *stakeholder* menurut R. E. E. Freeman & McVea (2001) adalah setiap kelompok atau orang yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan hierarki dari perusahaan. Imam Ghozali. & A Chariri, (2007) Mengungkapkan bahwa teori *stakeholder* adalah teori yang menyatakan bahwa entitas bisnis bukanlah suatu elemen yang hanya bekerja untuk keuntungannya sendiri, namun harus memberikan manfaat kepada semua pemangku kepentingan (investor, pemberi pinjaman, pembeli, supplier, pemerintah, masyarakat, para analis dan pihak-pihak lainnya). Kelompok *stakeholder* ini menjadi pemikiran bagi para eksekutif organisasi dalam mengungkap atau tidak mengungkap data dalam laporan perusahaan.

Dalam teori *stakeholder*, para pemangku kepentingan mengharapkan adanya tindakan atas aktivitas yang dianggap penting beserta dengan adanya laporan dari aktivitas tersebut. Misalnya, memberikan data yang berkaitan dengan pelaksanaan organisasi yang melibatkan lingkungan, sosial, dan intelektual semata-mata untuk memuaskan keinginan para *stakeholder*. Selain itu, laporan mengenai kinerja yang baik akan meningkatkan nilai perusahaan dan juga menjadi perhatian besar bagi para investor karena mereka mungkin akan menyumbangkan modalnya dengan asumsi mereka menilai bahwa perusahaan dapat memberikan manfaat tambahan yang lebih besar terhadap modal yang mereka miliki sekarang dibandingkan dengan memberikan dana mereka kepada perusahaan lain. Hubungan baik ini akan berlanjut jika pemilik atau investor senang dengan presentasi dari kinerja manajemen dan menjadi sesuatu yang krusial dalam koordinasi antara manajemen dengan pemilik modal.

### Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan suatu keadaan tertentu yang dicapai oleh suatu perusahaan sebagai wujud kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan tersebut setelah melalui serangkaian kegiatan dalam kurun waktu yang cukup lama, khususnya sejak perusahaan tersebut berdiri sampai saat ini (Maya Sari & Titik Mildawati, 2017). Nilai perusahaan dicirikan sebagai nilai pasar, karena nilai perusahaan dapat memberikan keuntungan bagi sebagian besar investor jika harga saham perusahaan meningkat. Berbagai pendekatan dan kebijakan yang dilakukan oleh manajemen sebagai bentuk upaya meningkatkan nilai perusahaan akan tercermin pada harga saham perusahaan (Eugene F. Brigham & Phillip R. Daves, 2014). Perusahaan yang harga sahamnya tinggi menunjukkan bahwa organisasi tersebut mampu memberikan kesejahteraan yang tinggi. Hal ini sesuai dengan tujuan organisasi untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui kenaikan sumber daya pemilik dan investor (Wahidahwati, 2002).

Dalam mengukur nilai perusahaan, diperlukan beberapa proporsi penilaian yang dapat dimanfaatkan. Rasio penilaian ini juga dapat memberikan gambaran yang lebih sistematis tentang seberapa besar organisasi dapat memberikan keuntungan finansial sehingga investor tertarik pada pengelolaan uang yang efektif atas modalnya dengan biaya yang lebih besar jika dibandingkan dengan nilai bukunya.

*Tobin's Q* digunakan dalam mengukur nilai perusahaan pada penelitian ini. Alasan penggunaan *Tobin's Q* sebagai alat untuk mengukur nilai perusahaan karena dalam rasio *Tobin's Q* mencakup seluruh unsur aset, liabilitas dan ekuitas saham suatu perusahaan, sehingga dapat menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang hasil pengembalian investasi. Berbeda dengan rasio *PER* dan rasio *PBV*, yang hanya mencakup unsur saham

ataupun ekuitas saja (Gusti Ayu Erviana Rosiana, 2013). *Tobin's Q* dianggap lebih memiliki keunggulan dan manfaat dalam menggunakan teknik pengukuran estimasi harga perusahaan dibandingkan dengan PER dan PBV.

Proporsi perhitungan *Tobin's Q* diukur dengan membandingkan dua penilaian aset yang serupa. Nilai pasar atas aset perusahaan diukur dari nilai pasar jumlah saham yang beredar termasuk jumlah kewajiban dibandingkan dengan biaya substitusi dari aktiva suatu perusahaan (D. Fiakas, 2005). Ketika perusahaan dalam jangka waktu berjalan mempunyai nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan nilai dasar pada periode sebelumnya, maka akan timbul biaya untuk meningkatkan kembali nilai tersebut di masa yang akan datang dan kemungkinan besar potensi laba juga akan didapatkan. Dalam teori ini, Prof. James Tobin berasumsi bahwa isentif untuk membuat modal investasi baru akan meningkat ketika saham memberikan keuntungan dimasa depan dan dapat dijual dengan harga yang lebih tinggi dari biaya investasinya (Bambang Sudiyatno & Elen Puspitasari, 2010).

### ***Corporate Social Responsibility (CSR)***

Menurut Mardikanto Totok (2018) *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah suatu ide dimana perusahaan mengoordinasikan program kepedulian sosial dan lingkungan dalam aktivitas bisnis dan bekerja sama dengan para pemangku kepentingan secara sukarela yang mengarah pada pencapaian bisnis yang berkelanjutan. Philip Kotler (2016) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui praktik bisnis dan kontribusi sumber daya perusahaan. Dari kedua pengertian tersebut, maka disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah suatu kegiatan yang menjadi tanggung jawab sosial perusahaan untuk menunjukkan komitmennya untuk meningkatkan kepedulian sosial dan lingkungan dalam aktivitas operasionalnya kepada masyarakat maupun para pemangku kepentingan melalui perilaku etis dan transparan dengan tujuan keberhasilan bisnis yang berkelanjutan. Hal ini dilakukan secara sukarela oleh perusahaan walaupun perusahaan tidak mendapat keuntungan atas pengungkapan tersebut.

ISO 26000 menyatakan, bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah tanggung jawab organisasi atau dampak keputusan dan kegiatannya terhadap masyarakat dan lingkungan, melalui perilaku transparan dan etnis yang berkontribusi pada pembangunan yang berkelanjutan, kesehatan dan kesejahteraan masyarakat serta mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan yang sesuai dengan hukum berlaku dan sesuai dengan norma perilaku internasional serta intragsi di seluruh organisasi dan dipraktikkan dalam hubungannya.

## **PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

### **Pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap Nilai Perusahaan**

*Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah bentuk tanggung jawab dan komitmen yang dijalankan oleh perusahaan terhadap seluruh *stakeholder* dalam lingkungan sosial dan alam yang terkait dengan pelaksanaan operasional perusahaan. Seiring berjalannya waktu, perusahaan diharapkan tidak lagi hanya fokus pada perolehan keuntungan, namun juga fokus pada kewajiban mereka terhadap alam dan masyarakat. Perusahaan mempunyai tujuan utama, yaitu untuk meningkatkan nilai perusahaan secara berkelanjutan (*sustainable*).

Tujuan ini dapat dicapai apabila perusahaan memperhatikan aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. Program CSR mencakup tanggung jawab kemitraan bersama antara perusahaan, pemerintah, lembaga sumber daya masyarakat dan komunitas. Dengan adanya kebijakan dalam pelaksanaan CSR, direksi perusahaan berkeinginan untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat. Semakin tinggi bentuk kepedulian terhadap sosial dan lingkungan maka akan semakin meningkat citra perusahaan sehingga akan akan menumbuhkan kepercayaan bagi investor untuk berinvestasi dan dapat meningkatkan nilai perusahaan (Purnama dkk., 2020).

Hubungan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan Nilai Perusahaan dengan menggunakan teori *stakeholder* adalah teori ini merekomendasikan bahwa perusahaan harus fokus pada *stakeholder*-nya. Hal ini karena *stakeholder* adalah pihak-pihak yang tergolong penting dan paling berpengaruh serta dipengaruhi baik secara langsung maupun terimplikasi oleh segala jenis gerakan dan strategi yang dipilih dan dilakukan oleh perusahaan. Apabila perusahaan tidak fokus pada *stakeholder*-nya, maka akan mendapatkan protes dan legitimasi perusahaan tersebut dianggap tidak ada oleh *stakeholder* (R. Susanti, 2014). Laporan mengenai kinerja yang baik akan dapat meningkatkan nilai perusahaan dan juga menjadi perhatian penting bagi investor, karena mereka hanya akan menginvestasikan modalnya jika menilai perusahaan mampu memberikan nilai tambah atas modal yang telah di investasikan lebih besar jika di dibandingkan menginvestasikan modalnya pada perusahaan lain. Hubungan baik ini akan terus berlanjut jika pemilik ataupun para investor merasa puas dengan kinerja manajemen dan menjadi suatu hal yang krusial dalam hubungannya antara manajemen dengan investor. Selain itu, informasi pada yang diungkapkan dalam *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat digunakan sebagai salah satu keunggulan kompetitif perusahaan.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Nurfauziah Farah Latifah & Utami Citra Kharisma, 2021) menemukan hasil bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian (Purnama dkk., 2020) yang menemukan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Li dkk. (2016) dalam penelitian yang dilakukannya menemukan hasil bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Kemudian menurut Jo & Harjoto (2011) juga mengemukakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berhubungan positif dengan nilai perusahaan yang diukur dengan *Tobin's Q*. Dengan demikian, maka dapat dibuat hipotesis sebagai berikut :

**H1:** Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (*Tobin's Q*).

## **METODE PENELITIAN**

Pada penelitian ini menggunakan populasi pada seluruh perusahaan logistik dan transportasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2018-2022. Berdasarkan data yang telah diperoleh oleh peneliti, diketahui total perusahaan yang telah terdaftar adalah sebanyak 37 perusahaan. Untuk pemerolehan sampel, maka digunakan teknik *purposive* sampling dengan kriteria pemilihan sampel sebagai berikut : Perusahaan yang menerbitkan laporan keuangan secara lengkap selama periode tahun 2018-2022, Perusahaan yang menyajikan laporan tanggung jawab sosial selama periode 2018-2022. Berdasarkan kriteria tersebut, maka dapat diperoleh 19 jumlah perusahaan yang dijadikan sampel dengan *time series* 5 tahun.

### **Pengukuran Variabel**

#### **Nilai Perusahaan**

Perhitungan *Tobin's Q* mengikuti metode perhitungan yang dikemukakan oleh Chung & Pruitt (1994). Penelitian mereka mengungkapkan bahwa perhitungan *Tobin's Q* lebih mirip dengan hasil Lindenberg & Ross (1981) yang lebih kompleks, dengan menggunakan perhitungan yang relatif sederhana. Mereka mengembangkan persamaan *Tobin's Q*, karena dalam praktiknya, biaya penggantian suatu aset seringkali tidak tersedia dan sulit dihitung. Formula ini kemudian kembali disesuaikan dengan kondisi transaksi keuangan perusahaan-perusahaan Indonesia. Chung & Pruitt (1994) mengusulkan rumusan *Tobin's Q* sebagai berikut :

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

MVE (*Market Value of Equity*) merupakan nilai pasar saham biasa atau ekuitas. DEBT merupakan total hutang yang dimiliki oleh perusahaan dan TA merupakan total aktiva perusahaan. Perhitungan untuk MVE, DEBT dan TA adalah sebagai berikut :

- MVE : Jumlah saham beredar X harga saham akhir tahun.
- DEBT : Kewajiban lancar + Kewajiban jangka panjang
- TA : Total aktiva perusahaan.

Jumlah saham beredar merupakan jumlah saham yang berada ditangan pemegang saham dan dinyatakan dalam catatan atas laporan keuangan tahunan. Harga saham akhir tahun adalah harga saham perusahaan pada hari perdagangan terakhir tahun tersebut. Data harga saham akhir tahun diunduh dari *Yahoo Finance*, dan data kewajiban lancar, aset, dan kewajiban jangka panjang diperoleh dari laporan keuangan masing-masing perusahaan.

### **Corporate Social Responsibility (CSR)**

Untuk mengukur tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam penelitian ini, akan digunakan *Content Analyze* dengan memperhatikan aturan pedoman *Global Reporting Initiative* (GRI) versi G4 dengan 91 item pengungkapan yang terdiri dari enam kelas, antara lain; Ekonomi, Lingkungan, Tenaga Kerja, Hak Asasi Manusia, Sosial dan Produk. Pendekatan untuk menilai item adalah pada dasarnya dikotomis bahwa suatu item dalam instrumen penelitian mendapat skor satu jika diungkapkan dan nol jika tidak meskipun tidak ada penalti yang dikenakan jika item tersebut dianggap tidak relevan, Adapun pengukurannya menggunakan persamaan yang dimodifikasi dari Haniffa & Cooke (2005) sebagai berikut:

$$CSRDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n}$$

Keterangan :

- CSRDI<sub>j</sub> : CSR Disclosure Index
- X<sub>ij</sub> : Jumlah item CSR yang diungkapkan perusahaan j, dimana  $X_i \leq 91$
- n : 91 Item pengungkapan CSR Menurut GRI versi 4.0

### **Robustness Test**

*Robustness test* adalah uji ketahanan untuk memastikan hasil dari penelitian valid dan tidak bias Simangunsong & Yuyetta (2015) Pada penelitian ini, Robustness test yang digunakan adalah pengukuran nilai perusahaan dengan menggunakan rasio profitabilitas.

### **Return On Asset (ROA)**

*Return On Asset* (ROA) merupakan rasio yang memperlihatkan tingkat perbandingan antara laba bersih terhadap penjualan. ROA merupakan bagian dari rasio profitabilitas yang menunjukkan seberapa besar kemampuan perusahaan dalam mengelola aktiva yang dimilikinya untuk menghasilkan profit. Apabila suatu perusahaan tinggi, maka kinerja perusahaan itu dalam mengelola asset untuk menghasilkan profit bagi perusahaan dianggap sangat baik. Rumus yang digunakan dalam menghitung ROA adalah :

$$Return\ On\ Asset = \frac{Laba\ Setelah\ Pajak}{Total\ Aset} \times 100\%$$



### **Return On Equity (ROE)**

*Return On Equity* (ROE) merupakan rasio yang memperlihatkan tingkat perbandingan antara laba bersih terhadap ekuitas. Rumus yang digunakan dalam menghitung ROE adalah :

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

### **Net Profit Margin (NPM)**

*Net Profit Margin* (NPM) merupakan rasio yang memperlihatkan tingkat perbandingan antara laba bersih terhadap penjualan. Rumus yang digunakan dalam menghitung NPM adalah :

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100\%$$

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Analisis Konten (Content Analyze)**

Hasil analisis konten terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dari 19 perusahaan logistik dan transportasi periode 2018-2022 (5 tahun) yang menjadi sampel dalam penelitian ini, menemukan hasil bahwa dari keenam aspek GRI versi 4.0, aspek sosial merupakan aspek yang paling banyak diungkapkan, yaitu sebesar 45.99% dari total keseluruhan item CSR yang ada pada aspek sosial. Kemudian disusul oleh aspek ekonomi sebesar 36.73%, aspek lingkungan sebesar 25.67%, aspek masyarakat sebesar 17.03%, aspek produk dan jasa sebesar 16.84% dan aspek hak asasi manusia merupakan aspek yang paling sedikit diungkapkan, yaitu sebesar 12.81% dari seluruh item CSR yang ada pada aspek hak asasi manusia.

### **Statistik Deskriptif**

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

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Nilai Perusahaan	95	0.197	9.017	1.75918	1.507706
Pengungkapan CSR	95	0.044	0.593	0.26807	0.158745
Valid N (listwise)	95				

*Sumber : Output SPSS versi 29, 2024*

Berdasarkan tabel 2 diatas dapat terlihat bahwa perusahaan logistik dan transportasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2018-2022 memiliki rata-rata nilai rasio *Tobin's Q* sebesar 1.75918. Nilai rasio *Tobin's Q* tertinggi yaitu 9.017, dimana nilai rasio tertinggi ini diperoleh PT. Satria Antarana Prima Tbk. Jika nilai rasio *Tobin's Q* diatas angka 1 maka mencerminkan bahwa perusahaan tersebut sudah tergolong mahal (*overvalued*). Artinya investasi pada aktiva berhasil dalam menghasilkan laba yang lebih tinggi dari pengeluaran atas investasi yang dilakukan, semakin tinggi nilai rasio *Tobin's Q* maka investor akan percaya untuk menginvestasikan dananya pada perusahaan. Sedangkan nilai rasio *Tobin's Q*

terendah yaitu 0,197 diperoleh PT. Eka Sari Lorena Transport Tbk. yang mengindikasikan bahwa perusahaan yang tergolong murah (*undervalued*). Artinya perusahaan mengalami kegagalan dalam mengelola kekayaan dalam menghasilkan laba. Hal ini akan mengurangi kepercayaan dan minat para investor dalam menanamkan modalnya pada perusahaan. Kemudian, nilai standar deviasi (simpanan baku) perusahaan logistik dan transportasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022 sebesar 1.507706 yang artinya ukuran dispersi atau penyebaran data dari nilai rata-rata adalah 15,08%.

Kemudian berdasarkan tabel 2 dapat terlihat bahwa perusahaan logistik dan transportasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2022 memiliki rata-rata pengungkapan CSR sebesar 0,26807 yang artinya rata-rata pengungkapan CSR dari 91 item adalah 26.81%. Pengungkapan CSR tertinggi yaitu 0.593 atau 59.3%, dimana pengungkapan tertinggi tersebut diperoleh PT. Garuda Indonesia Tbk. Hal ini memperlihatkan bahwa kegiatan perusahaan tersebut masih memiliki kepedulian yang tinggi dan memperhatikan ekonomi, sosial dan lingkungannya sekitarnya walaupun dalam kondisi rugi. Sedangkan nilai pengungkapan CSR terendah 0.044 atau 4.4%, ditunjukkan pada PT. Jaya Trishindo Tbk. Kemudian, nilai standar deviasi (simpanan baku) perusahaan logistik dan transportasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022 adalah sebesar 0.158745 yang artinya ukuran dispersi atau penyebaran data dari nilai rata-rata adalah 15.88%.

## Uji Model

**Tabel 2**  
**Uji Regresi Sederhana**

Model		Unstandardized		Standardized	t	Sig.
		Coefficients		Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.027	.119		8.599	.000
	X	.860	.388	.240	2.214	.030

a. Dependent Variable: *Tobins Q*

Sumber : *Output SPSS, 2024*

Dari hasil uji regresi pada tabel 4 diatas, maka dapat dibuat persamaan regresi sederhana sebagai berikut :

$$Y = 1.027 + 0.860 X_1 + e$$

Keterangan :

Y : *Tobin's Q*

$\alpha$  : Koefisien Konstanta

$\beta$  : Koefisien Regresi

X<sub>1</sub> : CSRDI<sub>j</sub>

## Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 3**  
**Uji Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.240 <sup>a</sup>	.058	.046	.542624

a. Predictors: (Constant), X

Sumber : Output SPSS, 2024

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa nilai *R square* pada regresi variabel independen terhadap variabel dependen (*Tobin's Q*) adalah sebesar 0.058. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen dalam penelitian ini mampu menjelaskan atau memberikan informasi mengenai variasi variabel dependen sebesar 0.58 atau 5,8%.

## Uji F

**Tabel 4**  
**Uji Regresi Simultan**  
**ANOVA**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.443	1	1.443	4.901	.030 <sup>b</sup>
	Residual	23.555	80	.294		
	Total	24.998	81			

a. Dependent Variable: *Tobins Q*

b. Predictors: (Constant), X

Sumber : Output SPSS, 2024

Berdasarkan hasil *output* SPSS pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai *sig F* sebesar 0,030 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen pada penelitian ini mempengaruhi secara signifikan variabel dependen (*Tobin's Q*).

## Uji t

**Tabel 5**  
**Uji Regresi Parsial**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.027	.119		8.599	.000
	X	.860	.388	.240	2.214	.030

a. Dependent Variable: *Tobins Q*

Sumber : Output SPSS, 2024

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai *sig T* sebesar 0,030 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen pada penelitian ini mempengaruhi secara signifikan variabel dependen (*Tobin's Q*). Koefisien regresi sesuai dengan yang diprediksi, maka hipotesis diterima.

### **Robustness Test**

Uji ketahanan/kekokohan (*Robustness Test*) merupakan uji yang dilakukan untuk memastikan hasil dari penelitian valid dan tidak bias. Pada penelitian ini, uji ketahanan (*Robustness Test*) dilakukan dengan mengganti proksi dari nilai perusahaan yang sebelumnya diukur dengan menggunakan *Tobin's Q* diganti dengan rasio profitabilitas, yang meliputi *Return On Asset* (ROA), *Return On Equity* (ROE) dan *Net Profit Margin* (NPM).

**Tabel 6**  
**Uji Regresi Parsial (ROA)**

Model		Unstandardized		Standardized	t	Sig.
		Coefficients		Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.013	.015		-.894	.375
	X	.059	.052	.133	1.132	.261

a. Dependent Variable: ROA

*Sumber : Output SPSS, 2024*

Berdasarkan tabel regresi parsial (uji t) di atas, dapat dilihat bahwa nilai *sig T* sebesar 0,261 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen pada penelitian ini mempengaruhi secara signifikan variabel dependen (ROA).

**Tabel 7**  
**Uji Regresi Parsial (ROE)**

Model		Unstandardized		Standardized	t	Sig.
		Coefficients		Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.007	.035		-.203	.840
	X	.156	.118	.152	1.324	.190

a. Dependent Variable: ROE

*Sumber : Output SPSS, 2024*

Berdasarkan tabel regresi parsial (uji t) di atas, dapat dilihat bahwa nilai *sig T* sebesar 0,190 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen pada penelitian ini tidak mempengaruhi secara signifikan variabel dependen (ROE).

**Tabel 8**  
**Uji Regresi Parsial (NPM)**

Model		Unstandardized		Standardized	t	Sig.
		Coefficients		Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.069	.034		-2.021	.047
	X	.246	.113	.240	2.174	.033

a. Dependent Variable: NPM

*Sumber : Output SPSS, 2024*

Berdasarkan tabel regresi parsial (uji t) di atas, dapat dilihat bahwa nilai *sig T* sebesar 0,033 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen pada penelitian ini mempengaruhi secara signifikan variabel dependen (NPM).

### **Pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan (*Tobin's Q*)**

Hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki positif terhadap nilai perusahaan (*Tobin's Q*). Berdasarkan hasil analisis statistik menggunakan *software* statistik SPSS dalam uji koefisien regresi Determinasi ( $R^2$ ) ditemukan nilai sebesar 0.058. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen dalam penelitian ini mampu menjelaskan atau memberikan informasi mengenai variasi variabel dependen sebesar 0.58 atau 5,8%. Kemudian pada uji regresi parsial (uji T), dapat ditemukan bahwa hipotesis pertama diterima karena nilai sig berada dibawah 0.05 ( $0.030 < 0.05$ ). Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan logistik dan transportasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) jika diukur dengan nilai *Tobin's Q*. Artinya tinggi rendahnya tingkat pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan akan mempengaruhi nilai perusahaan dan nilai yang melekat pada perusahaan tersebut. Hal ini juga mengindikasikan bahwa pasar mereaksi koefisien respon melalui variabel pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan yang diprosikan dengan *Tobin's Q*.

Para pemangku kepentingan (*stakeholder*) menyadari bahwa seiring berjalannya waktu, perusahaan diharapkan tidak hanya berfokus kepada optimalisasi keuntungan, tetapi juga harus mempunyai pilihan untuk membuat komitmen positif terhadap lingkungan dan sosial masyarakat. Seperti menjaga kelestarian lingkungan dan menjamin kesejahteraan masyarakat di wilayah sekitar perusahaan Pentingnya pembangunan berkelanjutan dengan tidak menyampingkan isu sosial dan lingkungan mendorong entitas bisnis untuk mengungkapkan praktik atau kegiatan sosial yang dilakukannya kepada masyarakat sehingga hal ini dapat menimbulkan dampak timbal balik yang saling menguntungkan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Harjoto & Laksana (2018) yang menguji pengaruh CSR sebagai mekanisme kontrol pengambilan risiko optimal terhadap nilai perusahaan dengan menggunakan pengukuran *Tobin's Q*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR berdampak positif tidak langsung terhadap nilai perusahaan.

### ***Robustness Test***

Berdasarkan hasil pengujian *Robustness Test* pada penelitian ini, memperlihatkan bahwa pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan yang diukur dengan menggunakan rasio profitabilitas (ROA) menemukan hasil, bahwa pada uji model regresi sederhana memperlihatkan nilai negatif pada koefisien konstanta (-0.013) dengan persamaan regresi yaitu  $ROA = -0.013 + 0.059 CSR + e$ . Hal ini menunjukkan jika

perusahaan mengungkapkan CSR sebesar nol (0) satuan, maka akan memberikan nilai terhadap Y sebesar (-0.013), karena  $ROA = -0.013 + 0.059 \times (0)$ . Sehingga jika nilai satuan dinaikkan, maka nilai ROA akan meningkat mendekati nol (0) dan lebih dari nilai nol (0). Artinya, bahwa semakin banyak pengungkapan mengenai tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh perusahaan, maka akan meningkatkan nilai perusahaan. Kemudian nilai Koefisien Determinasi (Uji  $R^2$ ) sebesar 0.018 artinya variabel independen dalam penelitian ini mampu menjelaskan atau memberikan informasi mengenai variasi variabel dependen sebesar 0.018 atau 1,8%. Nilai sig pada uji t menunjukkan angka diatas 0.05 ( $0.261 > 0.05$ ), hal ini menunjukkan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan yang diukur dengan menggunakan rasio ROA.

Selanjutnya pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan yang diukur dengan menggunakan rasio ROE. Uji model memperlihatkan bahwa koefisien regresi ( $\beta$ ) bernilai positif (0.059) dan nilai koefisien konstanta ( $\alpha$ ) bernilai negatif (-0.013). Interpretasi dari hasil uji model ini adalah jika perusahaan mengungkapkan CSR sebesar nol (0) satuan, maka akan memberikan nilai terhadap Y sebesar (-0.007), karena  $ROE = -0.007 + 0.156 \times (0)$ . Hal ini juga menunjukkan bahwa semakin banyak pengungkapan mengenai tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh perusahaan, maka akan meningkatkan nilai perusahaan. Kemudian nilai Koefisien Determinasi (Uji  $R^2$ ) sebesar 0.023. Artinya variabel independen dalam penelitian ini mampu menjelaskan atau memberikan informasi mengenai variasi variabel dependen sebesar 0.023 atau 2,3%. Nilai sig pada uji t berada diatas 0.05 ( $0.190 > 0.05$ ). hal ini menunjukkan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan yang diukur dengan menggunakan rasio ROE. Walaupun pada uji model, ROA dan ROE menunjukkan kenaikan yang linear seiring meningkatnya satuan, namun pada perusahaan logistik dan transportasi di Indonesia memiliki rasio *Return On Asset* (ROA) dan *Return On Equity* (ROE) yang cukup ekstrem. Hal ini disebabkan oleh beberapa laporan keuangan perusahaan logistik dan transportasi yang dijadikan sampel pada penelitian ini memiliki nilai kerugian yang cukup tinggi dan total aset serta total ekuitas yang rendah, sehingga menghasilkan nilai rasio *Return On Asset* (ROA) dan *Return On Equity* (ROE) yang bernilai negatif ataupun positif yang cukup ekstrem. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Munawaroh dkk. (2023) yang menemukan hasil bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan yang diukur dengan ROA dan ROE.

Jika nilai perusahaan diukur dengan menggunakan NPM maka diperoleh nilai Koefisien Determinasi (Uji  $R^2$ ) sebesar 0.058. Artinya variabel independen dalam penelitian ini mampu menjelaskan atau memberikan informasi mengenai variasi variabel dependen sebesar 0.058 atau 5,8%. Pada uji t. nilai sig diperoleh 0.033. Hasil ini lebih kecil dari 0.05 ( $0.033 < 0.05$ ) yang mengindikasikan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan jika diukur dengan menggunakan NPM. Nilai sig uji t ini lebih besar daripada nilai sig uji t yang diukur dengan *Tobin's Q*. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aritonang & Rahardja (2022) yang menemukan hasil bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan yang diukur dengan NPM.

## **SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan logistik dan transportasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2022. Berdasarkan hasil temuan

penelitian dan pengujian hipotesis yang diajukan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa Hipotesis 1 pada penelitian ini diterima, dimana pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan yang diukur dengan *Tobin's Q* perusahaan logistik dan transportasi di Indonesia tahun 2018-2022. Hasil *Robustness Test* dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan yang diukur dengan *Net Profit Margin* (NPM) perusahaan logistik dan transportasi di Indonesia tahun 2018-2022.

### **Keterbatasan**

Penelitian ini memperluas pemahaman tentang pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan di Indonesia. Namun, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan diantaranya adalah : (1) pada penelitian ini, terdapat data outlier. Sehingga sampel yang digunakan adalah 82 sampel dari total 95 sampel yang menjadi kriteria, (2) sampel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini hanya dilakukan pada perusahaan logistik dan transportasi di Indonesia dan (3) Periode tahun penelitian yang digunakan cukup pendek, yaitu dari tahun 2018-2022 (5 Tahun).

### **Saran Untuk Penelitian Selanjutnya**

Berdasarkan keterbatasan yang telah diuraikan sebelumnya pada penelitian ini, maka diperlukan saran untuk penelitian selanjutnya. Sehingga diharapkan akan mengembangkan penelitian ini menjadi penelitian yang lebih baik. Adapun saran-saran tersebut antara lain : Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan memperluas lingkup penelitian yang tidak hanya pada perusahaan logistik dan transportasi di Indonesia, tetapi juga perusahaan logistik dan transportasi di beberapa negara, kemudian penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan variabel mediasi yang menghubungkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan nilai perusahaan.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Andrian Hardianto Simangunsong, & Etna Nur Afri Yuyetta. (2015). Analisis Pengaruh Komisaris Independen, Komite Audit Dan Kualitas Audit Terhadap Manajemen Laba Sebelum Dan Sesudah Adopsi IFRS. *Diponegoro Journal of Accounting*, 4(3), 259–273.
- Aritonang, D. R., & Rahardja, L. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Sektor Consumer Non-Cyclicals dan Basic Material. *International Journal of Digital Entrepreneurship and Business*, 3(2), 60–73. <https://doi.org/10.52238/ideb.v3i2.96>
- Bambang Sudyatno, & Elen Puspitasari. (2010). Tobin's Q and Altman Z-Score as Indicators of Performance Measurement Company. *Kajian Akuntansi*, 2(1), 9–21.
- Chung, K. H., & Pruitt, S. W. (1994). A Simple Approximation of Tobin's Q. *Financial Management*, 23(3), 70. <https://doi.org/10.2307/3665623>
- D. Fiakas. (2005). Tobin's q: valuing small capitalization companies. *Crystal Equity Research*.
- D'Amato, A., & Falivena, C. (2020). Corporate social responsibility and firm value: Do firm size and age matter? Empirical evidence from European listed companies. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(2), 909–924. <https://doi.org/10.1002/csr.1855>
- Dwi Yuni Sartika. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Yang Terdaftar Di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI). *Skripsi Perbankan Syariah. Institut Agama Islam Negeri Bengkulu*.
- Eugene F. Brigham, & Phillip R. Daves. (2014). *Intermediate Financial Management* (Cengage Learning).

- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139192675>
- Freeman, R. E. E., & McVea, J. (2001). A Stakeholder Approach to Strategic Management. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.263511>
- Gusti Ayu Erviana Rosiana. (2013). Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Journal Akuntansi Universitas Udayana*, 5(3), 723–738.
- Haniffa, R. M., & Cooke, T. E. (2005). The impact of culture and governance on corporate social reporting. *Journal of Accounting and Public Policy*, 24(5), 391–430. <https://doi.org/10.1016/j.jaccpubpol.2005.06.001>
- Harjoto, M., & Laksmana, I. (2018). The Impact of Corporate Social Responsibility on Risk Taking and Firm Value. *Journal of Business Ethics*, 151(2), 353–373. <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3202-y>
- Hermawan, S., Sari, Y. A., Biduri, S., Rahayu, D., & Rahayu, R. A. (2023). Corporate Social Responsibility, Firm Value, and Profitability: Evidence from Pharmaceutical Companies in Indonesia and Malaysia. *International Journal of Professional Business Review*, 8(2), e0625. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i2.625>
- Hu, Y.; Chen, S.; Shao, Y.; Gao, S. CSR and Firm Value: Evidence from China. *Sustainability* 2018, 10, 4597. <https://doi.org/10.3390/su10124597>
- I Gusti Bagus Angga Pratama, & I Gusti Bagus Wiksuana. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(2), 1338–1367.
- Imam Ghozali., & A Chariri. (2007). *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jo, H., & Harjoto, M. A. (2011). Corporate Governance and Firm Value: The Impact of Corporate Social Responsibility. *Journal of Business Ethics*, 103(3), 351–383. <https://doi.org/10.1007/s10551-011-0869-y>
- Kusnadewi, K., & Dharmasuputra, D. G. (2021). Pengungkapan Penerapan Corporate Social Responsibility pada Hotel Aston Kuta. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(7), 1680. <https://doi.org/10.24843/EJA.2021.v31.i07.p06>
- Li, F., Li, T., & Minor, D. (2016). CEO Power, Corporate Social Responsibility, And Firm Value: A Test of Agency Theory. *International Journal of Managerial Finance*, 12(5), 611–628. <https://doi.org/10.1108/IJMF-05-2015-0116>
- Lindenberg, E. B., & Ross, S. A. (1981). Tobin's q Ratio and Industrial Organization. *The Journal of Business*, 54(1), 1. <https://doi.org/10.1086/296120>
- Mardikanto Totok. (2018). CSR Corporate Social Responsibility Tanggungjawab Sosial Korporasi. *Bandung: Alfabeta*.
- Maya Sari, & Titik Mildawati. (2017). Pengaruh Keputusan Investasi, Kebijakan Dividen, Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 6(3).
- Munawaroh, S., Kannapadang, D., & Ganie, D. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Return On Asset (ROA) dan Return On Equity (ROE) Pada Perusahaan Pertambangan Batubara. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Terapan (JESIT)*, 4(2), 269–280.
- Mungky Felicia, & Ni Ketut Rasmini. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di BEI. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 12.2, 12.(2), 143–153.
- Nurfauziah Farah Latifah, & Utami Citra Kharisma. (2021). Pengaruh Pengungkapan Csr Dan Tata Kelola Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Industri Subsektor Tekstil Dan Garmen. *Jurnal Akuntansi*, 15 No. 1, 42–70.



- Philip Kotler. (2016). *Marketing Management*. Bumi Aksara.
- Pristianingrum Nurfina. (2017). Pengaruh Ukuran, Profitabilitas, Dan Pengungkapan Csr Terhadap Nilai Perusahaan. *Prosiding Seminar Nasional Dan Call For Paper Ekonomi Dan Bisnis (SNAPER-EBIS 2017)*, 353–364.
- Purnama, D., Aprianti, E., & Nurhayati, E. (2020). *Financial: Jurnal Akuntansi Published by Program Studi Akuntansi STIE Sultan Agung Volume 6-Nomor 2, Desember 2020, (Hlm 213-226)* Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Dan Mekanisme Tata Kelola Terhadap Nilai Perusahaan. [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)
- Putranto, Y. A., & Kewal, S. S. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility Berbasis Karakteristik Social Bank Terhadap Kinerja Perusahaan Perbankan Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi*, 18(3). <https://doi.org/10.24912/ja.v18i3.277>
- R. Susanti. (2014). Pengaruh Kepemilikan Manajemen, Kepemilikan Institusional Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 3(1).
- Teja Permana, I. B., & Wirawati, N. G. P. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure pada Nilai Perusahaan dengan Kepemilikan Asing Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 606. <https://doi.org/10.24843/EJA.2018.v25.i01.p23>
- Wahidahwati. (2002). Pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional pada Kebijakan Hutang Perusahaan: Sebuah Perspektif Theory Agency. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*, 5(1), 1–16.
- [www.garuda-indonesia.com/id](http://www.garuda-indonesia.com/id). (n.d.). *annual-report-dan-sustainability-report*.
- Yuman Nur Rozak. (2021). Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Bukan Sumber Daya Alam dalam Perspektif ISO 26000 . *Renaissan*, 1(1), 91–106.