




PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

Fariz Mustaqim^{*1}, La Ode Abdul Rakhman², Ahmad Daholu³

^{1,2,3} Universitas Muhammadiyah Buton, Indonesia

Corresponding Author: farizmustaqim5@gmail.com

<p>Info Article</p> <p>Received : 01 April 2025</p> <p>Revised : 03 Mei 2025</p> <p>Accepted : 01 Juni 2025</p> <p>Publication : 29 Juni 2025</p> <hr/> <p>Keywords: Corporate Social Responsibility, Company, Company Value.</p> <p>Kata Kunci: Corporate Social Responsibility, Perusahaan, Nilai Perusahaan</p> <hr/> <p><i>Licensed Under a Creative Commons Attribution 4.0 International License</i></p> 	<p>Abstract: <i>This research aims to determine the effect of corporate social responsibility (CSR) disclosure on company value in pharmaceutical sub-sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2021-2023. This research uses a simple linear regression method and descriptive analysis with a quantitative approach. The data collection method was carried out by looking at the financial reports and sustainability financial reports of each company used as a research sample and processed using the SPSS application. Based on the research results, it was concluded that partially the corporate social responsibility (CSR) disclosure variable had a significant effect on company value, as seen from the significance value of the t test results (partial test), namely with a significant value of $0.001 < 0.05$. The resulting regression coefficient is 8.328, which is positive. This positive direction means that the corporate social responsibility (CSR) disclosure variable is directly proportional (in the same direction) to the company value variable. The value of the contribution determined through the results of the coefficient of determination test is 30.5%.</i></p> <p>Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengungkapan corporate social responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021-2023. Penelitian ini menggunakan metode regresi linear sederhana dan analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara melihat laporan keuangan dan laporan keuangan keberlanjutan dari masing-masing perusahaan yang dijadikan sampel penelitian dan diolah menggunakan aplikasi SPSS. Berdasarkan hasil penelitian maka diperoleh kesimpulan bahwa secara parsial variabel pengungkapan corporate social responsibility (CSR) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, yang dilihat dari nilai signifikansi hasil uji t (uji parsial) yaitu dengan nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$. Koefisien regresi yang dihasilkan adalah sebesar 8,328, yang bersifat positif. Arah positif tersebut berarti bahwa variabel pengungkapan corporate social responsibility (CSR) berbanding lurus (searah) dengan variabel nilai perusahaan. Nilai dari kontribusi yang ditentukan melalui hasil uji koefisien determinasi adalah sebesar 30,5%.</p>
---	---

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis di Indonesia saat ini berkembang semakin pesat ditandai dengan makin beragamnya jumlah perusahaan-perusahaan baru yang bermunculan, sehingga menyebabkan persaingan antar pelaku usaha yang semakin ketat. Hal ini tentunya akan berpengaruh besar terhadap iklim usaha di Indonesia. Untuk mengikuti perkembangan bisnis yang semakin kompleks diperlukan keseimbangan informasi yang sesuai dan memadai, sehingga perusahaan dituntut untuk lebih transparan dalam mengungkapkan informasi perusahaannya. Semakin banyak perusahaan yang berkembang pesat, maka pada saat itu pula dapat terjadi kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan yang semakin tinggi karena adanya aktivitas perusahaan yang tidak terkendali terhadap berbagai sumber daya untuk meningkatkan laba perusahaan. Oleh karena itu, muncul pula kesadaran yang berasal dari perusahaan dalam mengurangi dampak negatif tersebut yaitu dengan mengembangkan apa yang disebut dengan *corporate social responsibility* (Setianingrum, 2015:1).

Fenomena pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) sedang trend di banyak perusahaan terutama perusahaan besar. Pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) yang dilakukan perusahaan bermanfaat untuk meningkatkan citra, brand, dan harga saham perusahaan. Pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) merupakan salah satu upaya yang dilakukan perusahaan untuk dapat memenuhi kepentingan *stakeholder* dan menjamin keberlangsungan perusahaan jangka panjang. Di Indonesia, wacana mengenai kesadaran akan perlunya menjaga lingkungan dan tanggung jawab sosial telah diatur dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 pasal 74 tahun 2007 yang menjelaskan bahwa perusahaan dalam menjalankan kegiatan usaha yang berhubungan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Sulbahri, 2021:216).

Menurut Setianingrum (2015:2), *corporate social responsibility* (CSR) dapat dipandang sebagai kewajiban dunia bisnis untuk menjadi akuntabel terhadap seluruh *stakeholder*, bukan hanya terhadap salah satu *stakeholder* saja. Jika perusahaan tidak memberikan akuntabilitas kepada seluruh *stakeholder* yang meliputi karyawan, pelanggan, komunitas, lingkungan lokal/global, pada akhirnya perusahaan tersebut akan dinilai buruk dan tidak akan mendapatkan dukungan dari masyarakat. *Corporate social responsibility* (CSR) adalah sebuah wacana yang menjadikan perusahaan tidak hanya berkewajiban atau beroperasi untuk pemegang saham (shareholders) saja namun juga mempunyai tanggung jawab sosial terhadap *stakeholders*.

Banyak dampak negatif lingkungan maupun sosial yang terjadi akibat dari kegiatan operasional bisnis perusahaan. Setiap proses operasional bisnis perusahaan pastinya akan memberikan dampak negatif terhadap lingkungan juga masyarakat disekitar perusahaan. Dampak yang biasa terjadi adalah mulai dari polusi udara, air, tanah, suara serta limbah produksi perusahaan yang cukup meresahkan masyarakat sekitar perusahaan (Intihanah, dkk, 2023:46). *Corporate social responsibility* (CSR) sebagai bentuk pertanggung jawaban perusahaan terhadap lingkungan dan sosial dimanapun lokasi perusahaan tersebut berada. Pemikiran tersebut didasarkan pada 3P yaitu (*profit, people, planet*). Menurut *Global Compact Initiative* yaitu tujuan perusahaan tidak hanya memburu keuntungan ekonomi (*profit*) namun juga untuk kesejahteraan orang (*people*), dan memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan hidup planet ini (Sulbahri, 2021:217).

Fauziah, dkk (2016:53) mengungkapkan bahwa penerapan *corporate social responsibility* (CSR) mampu memberikan informasi tentang perhatian perusahaan terhadap lingkungan. Dari sudut pandang ekonomi, perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut akan meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan berharap jika dengan menerapkan *corporate social responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan maka perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan akan memaksimalkan ukuran keuangan untuk jangka waktu yang panjang. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan *corporate social responsibility* berharap akan direspon positif oleh para pelaku pasar seperti investor dan kreditur yang nantinya dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Nilai perusahaan juga akan meningkat secara berkelanjutan apabila perusahaan tersebut dapat menerapkan dimensi ekonomi, dimensi sosial dan dimensi lingkungan hidup. Oleh karena itu, perlu ada peningkatan terhadap dampak yang ditimbulkan dari perusahaan-perusahaan yang aktif dalam berbisnis. Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan prestasi kinerja yang baik bagi perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan, maka semakin besar pula kemakmuran yang dirasakan oleh pemegang saham dan keinginan investor untuk berinvestasi pun semakin meningkat (Iqbal dan Putra 2018:1).

Beberapa penelitian tentang pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan memberikan gambaran bahwa terjadi *gap research* yaitu tidak konsistennya hasil penelitian terkait pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan. Diantaranya yaitu penelitian yang dilakukan oleh

Fauziah, dkk, (2016) dan Sulbahri (2021) menyimpulkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian itu tidak sejalan dengan hasil penelitian yang diungkapkan oleh Intihanah, dkk (2023) dimana hasil penelitiannya memberikan kesimpulan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan (Jumadiah, dkk, 2018:7). Menurut Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, CSR adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

Menurut Setianingrum (2015:27) prinsip-prinsip *corporate social responsibility* terdiri atas (1) *Sustainability*, berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas tetap memperhitungkan keberlanjutan hidup sumberdaya di masa depan, (2) *Accountability*, merupakan upaya perusahaan terbuka dan bertanggungjawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas dibutuhkan ketika aktivitas perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal, (3) *Transparency*, merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal. Prinsip transparansi berarti bahwa dampak eksternal dari aktivitas organisasi dapat diketahui dari pelaporan organisasi dan tidak ada fakta yang disembunyikan dalam pelaporan tersebut.

Menurut Intihanah, dkk (2023:51), pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dapat diukur dengan menggunakan indeks Global Reporting Initiative (GRI) generasi keempat (G4) yang berjumlah 91 indikator pengungkapan yang terbagi dalam 3 kategori yaitu (ekonomi, lingkungan, dan sosial) dan 4 subkategori dalam indikator sosial (tenaga kerja, hak asasi manusia, masyarakat dan tanggung jawab produk). Pendekatan pengukuran index CSR untuk pengungkapan CSR ini menggunakan pendekatan dikotomi dimana setiap item CSR yang diakui dalam pedoman GRI G4 jika diungkapkan akan diberi skor 1 dan 0 jika tidak diungkapkan. Untuk langkah selanjutnya, skor semua item akan dijumlahkan untuk mendapatkan skor keseluruhan masing-masing perusahaan. Rumus yang digunakan dalam mengukur *corporate social responsibility* (CSR) adalah:

$$CSR_{ij} = \frac{\sum X_{ij}}{N_{ij}}$$

Keterangan:

CSR_{ij} = Pengungkapan indeks CSR perusahaan j

$\sum X_{ij}$ = Jumlah pengungkapan CSR perusahaan j (Angka 1 jika item i diungkapkan, dan angka 0 jika item i tidak diungkapkan)

N_{ij} = Jumlah item perusahaan sebesar 91 indikator

Nilai perusahaan merupakan harga jual dari barang tersebut ketika barang tersebut akan dijual. Nilai perusahaan pada dasarnya juga menunjukkan nilai kekayaan bersih dari pemilik perusahaan (*shareholder wealth*). Penciptaan nilai perusahaan dilakukan dengan cara mengelola kinerja perusahaan sedemikian rupa agar diperoleh peningkatan pendapatan dan menurunnya risiko (Fahmi, 2018:67). Konsep nilai yang menjelaskan nilai suatu perusahaan menurut Fahmi (2018:89) antara lain (1) Nilai nominal merupakan nilai yang tercantum secara formal dalam anggaran dasar perseroan, disebut secara eksplisit dalam neraca perusahaan dan juga ditulis dalam saham kolektif, (2) Nilai pasar atau kurs merupakan harga yang terjadi dari proses tawar menawar dipasar saham. Nilai ini hanya ditemukan jika saham perusahaan dijual dipasar saham, (3) Nilai intrinstik merupakan nilai yang mengacu pada perkiraan nilai riil suatu perusahaan, (4) Nilai buku merupakan nilai perusahaan yang dihitung dengan dasar konsep akuntansi, (5) Nilai likuidasi merupakan nilai jual seluruh asset perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban yang harus dipenuhi.

Pengukuran nilai perusahaan dapat dilakukan dengan menggunakan rasio penilaian atau rasio pasar. Rasio penilaian merupakan ukuran kinerja yang paling menyeluruh untuk suatu perusahaan. Nilai perusahaan diukur dengan menggunakan *Price to Book Value* (PBV) yaitu perbandingan antara harga saham dengan nilai buku perusahaan. Apabila perusahaan yang memiliki manajemen baik maka diharapkan PBV dari perusahaan setidaknya 1 atau di atas dari nilai buku (*overvalued*), dan jika angka PBV di bawah 1 maka dapat dipastikan bahwa harga pasar saham tersebut lebih rendah dari pada nilai bukunya (*undervalued*). PBV yang rendah mengindikasikan adanya penurunan kualitas dan kinerja fundamental emiten yang bersangkutan.

Berikut ini rumus *Price to Book Value* (PBV) :

$$Price\ to\ Book\ Value\ (PBV) = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku Saham}}$$

Untuk nilai buku saham, dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

$$\text{Nilai Buku Saham} = \frac{\text{Total Modal}}{\text{Jumlah Saham Yang Beredar}}$$

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, sehingga metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018:147), deskriptif kuantitatif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara melihat laporan keuangan dan laporan keuangan keberlanjutan dari masing-masing perusahaan yang dijadikan sampel penelitian dan diolah menggunakan aplikasi SPSS. Alat statistik yang digunakan untuk membantu dalam pengolahan data pada penelitian ini adalah alat statistik SPSS (*Statistical Package for the Sosial Sciences*). Pengujian-pengujian yang akan dilakukan terdiri dari uji regresi linear sederhana, uji asumsi klasik dan uji hipotesis.

1. Statistik Deskriptif.

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2018:207).

2. Analisis Regresi Linear Sederhana

Penelitian ini juga menggunakan regresi linear sederhana. Penelitian ini juga menggunakan regresi linear sederhana. Menurut Sugiyono (2016:270), analisis regresi linier sederhana didasarkan pada hubungan fungsional maupun kausal satu variabel independen dan satu variabel dependen. Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. Adapun persamaan linear regresi sederhana dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan:

Y = Nilai perusahaan

a = Konstanta

b = Koefisien regresi variabel

X = Pengungkapan CSR

e = Tingkat kesalahan

3. Uji Asumsi Klasik, yaitu:

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2021:196), uji normalitas bertujuan untuk mengetahui dan menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Data yang berdistribusi normal dikatakan valid dalam uji statistik. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji normalitas adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai *Asymp.Sig. (2-tailed)* $\geq \alpha$ (0,05) maka model regresi menghasilkan nilai residual yang terdistribusi secara normal, artinya data terdistribusi normal.
- 2) Jika nilai *Asymp.Sig. (2-tailed)* $< \alpha$ (0,05) maka model regresi tidak menghasilkan nilai residual yang terdistribusi secara normal, artinya data tidak terdistribusi normal.

b. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas berfungsi untuk mendeteksi apakah terjadi ketidaksamaan variance dari residual antara beberapa pengamatan atau tidak. Menurut Ghozali (2021:178), tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah mengetahui atau menguji apakah dalam model regresi ada atau terjadinya ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap berarti terjadi heteroskedastisitas.

Model regresi yang baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas atau homoskedastisitas. Penelitian ini menggunakan uji glejser dalam menguji heteroskedastisitas. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas (uji glejser) adalah:

- 1) Jika nilai *Asymp.Sig. (2-tailed)* $> \alpha$ (0,05) maka dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika nilai *Asymp.Sig. (2-tailed)* $< \alpha$ (0,05) maka dikatakan terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui atau menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu) pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya) (Ghozali, 2021:205). Untuk menguji keberadaan autokorelasi dalam penelitian ini digunakan metode Durbin-Watson test.

Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi (Ghozali, 2021:207):

- 1) Bila nilai DW terletak antara batas atas atau *upper bound* (du) dan $(4-du)$ maka koefisien auto korelasinya sama dengan nol, berarti tidak ada autokorelasi.
- 2) Bila nilai DW lebih rendah dari batas bawah atau *lower bound* (dl) maka koefisien auto korelasi lebih besar daripada nol, berarti ada auto korelasi positif.
- 3) Bila nilai DW lebih besar dari $(4-dl)$ maka koefisien auto korelasinya lebih kecil daripada nol, berarti ada auto korelasi negatif. Bila nilai DW terletak antara batas atas (du) dan di bawah batas bawah (dl) atau DW terletak antara $(4-du)$ dan $(4-dl)$ maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.

4. Uji Hipotesis, yaitu:

a. Uji Parsial (Uji-t)

Menurut Ghozali (2018:98) uji beda *t-test* digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial. Dasar pengambilan keputusan digunakan dalam menguji uji t dengan signifikansi 5% adalah sebagai berikut:

- 1) Bila signifikan $> 0,05$ maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Bila signifikan $< 0,05$ maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2021:147), uji koefisien determinasi mempunyai tujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berkisar antara $0 \leq R^2 \leq 1$. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai R^2 yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen hampir memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Uji Deskriptif Statistik

Hasil analisis deskriptif terhadap data variabel-variabel yang digunakan pada penelitian dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1 Hasil Uji Deskriptif Statistik
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pengungkapan CSR	33	.106	563.506	20.31082	97.721030
Nilai Perusahaan	33	.132	.560	.27772	.111907
Valid N (listwise)	33				

Sumber: data diolah 2025

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dengan jumlah data sebanyak 33 data, memiliki nilai minimum sebesar 0,106 dengan nilai maximum 563,506 serta nilai mean sebesar 20,31082. Sedangkan untuk nilai standar deviasi diperoleh 97,721030. Variabel nilai perusahaan dengan jumlah data sebanyak 33 data, memiliki nilai minimum sebesar 0,132 dengan nilai maximum 0,560 serta nilai mean sebesar 0,27772. Sedangkan untuk nilai standar deviasi diperoleh 0,111907.

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui data yang diteliti apakah berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik ditunjukkan dengan nilai residual berdistribusi dengan normal. Pengujian normalitas pada penelitian ini menggunakan pengujian *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Berikut hasil uji normalitas dalam penelitian ini:

Tabel 2 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		33
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.11161078
Most Extreme Differences	Absolute	.147
	Positive	.147
	Negative	-.100
Test Statistic		.147
Asymp. Sig. (2-tailed)		.068 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: data diolah 2025

Tabel 2 di atas menunjukkan bahwa data Kolmogorov Smirnov Test diperoleh nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,068, yaitu nilai *Asymp.Sig. (2-tailed)* lebih besar dari nilai signifikansi yang telah ditetapkan yaitu 0,05. Maka data tersebut dinyatakan terdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk mengetahui adanya perbedaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Namun bila varians memiliki ketetapan dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain maka disebut homokedastisitas. Model regresi yang baik merupakan homokedastisitas. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji Glejser. Kriteria pengujian uji glejser adalah jika nilai Sig. > 0,05, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (homokedastisitas) pada variabel independen. Jika nilai Sig. < 0,05, maka variabel tersebut terjadi heteroskedastisitas. Adapun hasil uji glejser dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	
	B	Std. Error				
1	(Constant)	.093	.011		8.296	.000
	Pengungkapan CSR	.000	.000	-.252	-1.448	.158

a. Dependent Variable: Abresid

Sumber: data diolah 2025

Berdasarkan tabel 3 hasil uji glejser di atas maka dapat dilihat bahwa variabel independen (bebas) memiliki nilai sig. yaitu sebesar 0,158 > 0,05, sehingga dapat dikatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana merupakan regresi yang memiliki satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen. Adapun persamaan linear regresi sederhana dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

Analisis regresi linear sederhana adalah analisis yang dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dari hasil pengolahan data maka diperoleh tabel berikut:

Tabel 4 Analisis Regresi Linear Sederhana
Regresi Linear Sederhana

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.279	.002		125.906	.000
	Pengungkapan CSR	8.328	.000	-.552	3.691	.001

a. Dependent Variable: Nilai_Perusahaan

Sumber: data diolah 2025

Berdasarkan tabel 4 di atas, maka persamaan regresi yang terbentuk adalah:

$$Y = 0,279 + 8,328 X$$

Pada persamaan di atas maka dapat dilihat bahwa nilai konstanta adalah sebesar 0,279, ini berarti bahwa apabila variabel independen (pengungkapan CSR) sama dengan 0 maka nilai variabel dependen (nilai perusahaan) sebesar 0,279. Koefisien regresi pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) adalah 8,328 dengan tanda positif. Hal ini berarti jika pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) mengalami kenaikan sebesar satu satuan maka nilai perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar 8,328.

Uji Parsial (Uji-t)

Hasil uji parsial (uji-t) dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5 Hasil Uji Parsial
Uji Parsial (Uji-t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.279	.002		125.906	.000
	Pengungkapan CSR	8.328	.000	-.552	3.691	.001

a. Dependent Variable: Nilai_Perusahaan

Sumber: data diolah 2025

Berdasarkan tabel 5 di atas yang merupakan tabel hasil uji parsial, maka dapat dilihat bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) memiliki tingkat signifikan sebesar 0,001. Artinya bahwa nilai signifikan $0,001 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa variabel pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap variabel nilai perusahaan. Nilai koefisien regresi yang dihasilkan adalah 8,328 menunjukkan bahwa pengaruh yang diberikan bersifat positif.

Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.552 ^a	.305	.283	.01247

a. Predictors: (Constant), Pengungkapan_CSR

Sumber: data diolah 2025

Berdasarkan tabel 6 di atas dapat dilihat bahwa nilai *R Square* sebesar 0,305 atau 30,5%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel nilai perusahaan (Y) dapat dipengaruhi oleh variabel pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) sebesar 30,5%, sedangkan sisanya yaitu sebesar 69,5% dapat dijelaskan dengan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Ghazali (2021:147) yaitu uji koefisien determinasi mempunyai tujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Pembahasan

Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian melalui uji parsial maka dapat diketahui bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) memiliki nilai signifikan yaitu 0,001, dimana nilai tersebut lebih kecil dari nilai 0,05 yang berarti bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Adapun nilai koefisien regresi yang diperoleh adalah sebesar 8,328 dengan tanda positif, artinya bahwa pengaruh yang diberikan merupakan pengaruh yang bersifat positif. Hasil penelitian ini didukung teori yang dikemukakan oleh Ali (2022:45) yang mengungkapkan bahwa *corporate social responsibility* atau CSR diungkapkan antara lain dalam laporan keberlanjutan atau yang disebut juga dengan *sustainability reporting*. Tujuan utama perusahaan yaitu meningkatkan nilai perusahaan. Nilai pada suatu perusahaan akan terjamin berkembang secara *sustainable* jika perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan hidup. Dimensi-dimensi tersebut terdapat dalam penerapan *corporate social responsibility* atau CSR yang dilakukan oleh suatu

perusahaan sebagai bentuk dari tanggung jawab serta kepedulian terhadap lingkungan yang ada di sekitar perusahaan.

Lebih lanjut, Ali (2022:46) mengatakan bahwa ada banyak manfaat yang akan didapatkan oleh suatu perusahaan apabila menerapkan *corporate social responsibility* (CSR), misalnya saja seperti produk akan semakin disukai oleh para konsumen serta perusahaan pun akan semakin diminati oleh para pihak investor. Pelaksanaan *corporate social responsibility* (CSR) juga akan meningkatkan nilai perusahaan yang dapat tercermin dari harga saham serta laba perusahaan tersebut. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa dengan adanya praktik *corporate social responsibility* (CSR) atau pertanggung jawaban sosial perusahaan yang baik maka akan membuat nilai perusahaan juga akan dinilai dengan baik oleh para pihak investor atau secara sederhana dapat dikatakan bahwa nilai perusahaan juga akan meningkat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sulbahri (2021) yang mengungkapkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Ali (2022) juga memperoleh hasil yang saling mendukung yaitu pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021-2023. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dalam penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, yang dilihat dari nilai signifikansi hasil uji t (uji parsial) yaitu dengan nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$. Koefisien regresi yang dihasilkan adalah sebesar 8,328, yang bersifat positif. Arah positif tersebut berarti bahwa variabel pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) berbanding lurus (searah) dengan variabel nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Ali, Fahmi. (2022). PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN YANG

- TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2016-2020. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Fahmi, Irham. (2018). *PENGANTAR MANAJEMEN KEUANGAN*. Alfabeta: Bandung.
- Fauziah, Gusfarini; A.K Irwanto dan M. Syamsun. 2016. PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA INDEKS SAHAM LQ45. *Jurnal Manajemen IKM, Vol.11, No.1, Hal.52-60*. Institut Pertanian Bogor.
- Ghozali, Imam. (2018). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE DENGAN PROGRAM IBM SPSS*. UNDIP Press: Semarang.
- Ghozali, Imam. (2021). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE DENGAN PROGRAM IBM SPSS 26 EDISI 10*. UNDIP Press: Semarang.
- Intihanah; S. Yusuf dan L. Putri. (2023). PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2018-2021. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan, Vol.8, No.2, Hal.45-57*. Universitas Halu Oleo.
- Iqbal, Muhammad dan Putra. (2018). PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PERENCANAAN PAJAK SEBAGAI VARIABEL MODERATING. *Jurnal Media Studi Ekonomi, Vol.21, No.1, Hal.1-9*. Universitas 17 Agustus 1945. Jakarta.
- Jumadiyah, Manfarisyah., M. Sastro dan Herniwati. (2018). *PENERAPAN PRINSIP CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DI PROVINSI ACEH*. Unimal Press: Aceh.
- Setianingrum, Wahyuning Ambar. (2015). PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI (STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2011-2013). *Thesis*. Universitas Negeri Semarang.
- Sugiyono. (2016). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. Penerbit Alfabeta: Bandung.
- Sugiyono. (2018). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. Penerbit Alfabeta: Bandung.

Sulbahri, Rifani Akbar. (2021). PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN PERBANKAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2017-2019. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, Vol.16, No.2, Hal.215-226. Universitas Tridinanti Palembang.