

PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

(Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2021-2023)



SKRIPSI

Karya Tulis Sebagai Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi

Program S-1 Ilmu Ekonomi

Program Studi Akuntansi

Disusun Oleh:

Agustin Nur Handayani

NIM: 11211399

agustinhanda91@gmail.com

UNIVERSITAS BPD

1. Pendahuluan

Wujud nyata dari tanggung jawab sosial lingkungan perusahaan tercermin melalui Corporate Social Responsibility (CSR). CSR merupakan kewajiban organisasi terhadap konsekuensi sosial dan lingkungan dari pilihan dan kegiatannya, yang diwujudkan melalui pernyataan yang jelas dan etis. perilaku yang selaras dengan kemajuan jangka panjang yang berwawasan lingkungan dan kesejahteraan Masyarakat. Masalah lingkungan menjadi semakin penting bagi pemerintah, konsumen, dan investor. Investor asing menghadapi tantangan terkait sumber bahan baku dan prosedur manufaktur yang ditujukan untuk mencegah masalah lingkungan seperti degradasi lahan, gangguan ekosistem, polusi udara, dan polusi suara. Prosedur manufaktur yang digunakan dan produk yang dihasilkan berpotensi merusak lingkungan (Afrika et al., 2025). Peraturan mengenai Corporate Social Responsibility (CSR) juga dijelaskan dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal Pasal 15 huruf b disebutkan bahwa : “ Setiap penanam modal berkewajiban: (b) melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan.” . Dalam penjelasan Pasal 15 huruf b tersebut dinyatakan bahwa : “ Yang dimaksud dengan tanggung jawab sosial perusahaan adalah tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanaman modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat (Putri Nur Fitri & Haryati, 2022).”

Ukuran perusahaan dibagi menjadi dua, yaitu ukuran perusahaan berskala besar dan berskala kecil. Dalam hal ini juga akan mempengaruhi terhadap penelitian mengenai nilai perusahaan. Perusahaan yang berskala kecil cenderung kurang menguntungkan dibandingkan dengan perusahaan yang berskala besar. Hal ini dapat disebabkan perusahaan kecil hanya memiliki faktor-faktor pendukung yang terbatas untuk memproduksi barang. Keterbatasan memproduksi barang juga disebabkan perusahaan yang berukuran kecil masih terbatas mendapatkan pendanaan eksternal. Sedangkan perusahaan berskala besar akan lebih mudah mendapatkan kepercayaan dari kreditor. Perusahaan yang mudah mendapatkan pendanaan akan menarik perhatian investor untuk berinvestasi (Fardelia Safira & Tituk Diah Widajantie, 2021). Fenomena yang berkaitan mengenai ukuran perusahaan dan nilai perusahaan, yaitu pada tahun 2020, di tengah pandemi Covid-19, Sebagian besar kinerja emiten yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tertekan. Khususnya yang dialami oleh PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk. Japfa mencatat laba periode berjalan yang dapat didistribusikan kepada entitas pemilik induk ambles 75,34% yaitu Rp 257,19 miliar dari Rp 1,04 triliun pada periode yang sama tahun sebelumnya. Dari sisi penjualan, Japfa memperoleh sebesar 24,93 triliun nilai tersebut

menyusut sebesar 8,27% dari periode yang sama tahun lalu mencapai Rp 27,18 triliun, di mana penjualan tersebut lebih rendah dari saingannya yaitu PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk. Charoen berhasil memperoleh penjualan sebesar Rp 43,28 triliun dan laba periode berjalan yang dapat didistribusikan kepada pemilik entitas induk sebesar Rp 2,28 triliun (Putri Nur Fitri & Haryati, 2022).

. Nilai perusahaan merupakan hal penting yang mencerminkan kekayaan para pemegang sahamnya. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Nilai saham yang tinggi juga didukung oleh kinerja perusahaan yang baik, termasuk aktivitas perusahaan yang dianggap memberikan sinyal positif bagi investor. Peningkatan nilai perusahaan dapat dilihat dari kemampuan perusahaan beroperasi dan mencapai laba yang ditargetkan (Fardelia Safira & Tituk Diah Widajantie, 2021). Fenomena yang berkaitan mengenai corporate social responsibility dan nilai perusahaan, pada tahun 2019, PT. Unilever, Tbk dituntut oleh warga sekitar yang terkena dampak dari pembuangan limbah pabrik perusahaan. PT. Unilever dianggap telah membuang sampah yang tidak sesuai dengan baku mutu ke sungai. Sehingga menyebabkan sungai menjadi sangat bau dan penduduk sekitar juga terkena dampak dari pembuangan limbah tersebut. Dari fenomena di atas diketahui bahwa PT. Unilever Tbk. lalai dalam melakukan tanggung jawab sosial perusahaan (corporate social responsibility) berupa pengawasan dalam pembuangan limbah dan tidak melakukan pengolahan limbah dengan baik. Hal tersebut menyebabkan pencemaran lingkungan, yaitu air sungai serta mengganggu penduduk sekitar.

Dalam beberapa tahun terakhir, semakin banyak perusahaan yang menyadari pentingnya aspek non-keuangan dalam menjaga keberlanjutan bisnis, terutama dalam hal tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR tidak lagi dipandang hanya sebagai kewajiban moral, tetapi juga sebagai strategi bisnis yang berkontribusi terhadap peningkatan reputasi dan daya saing perusahaan. Fenomena ini menjadi semakin nyata ketika masyarakat, investor, dan pemangku kepentingan lainnya semakin peduli terhadap praktik keberlanjutan dan etika perusahaan dalam menjalankan operasinya. Di Indonesia, penerapan CSR menjadi semakin penting sejak diundangkannya UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, khususnya Pasal 74 yang mewajibkan perusahaan yang bergerak di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Perusahaan manufaktur, yang umumnya memiliki dampak lingkungan cukup signifikan, menjadi sorotan utama dalam pelaksanaan dan pengungkapan CSR. Seiring dengan meningkatnya kesadaran terhadap pentingnya keberlanjutan, muncul pertanyaan tentang seberapa besar pengungkapan CSR memengaruhi nilai perusahaan, terutama dari sudut

pandang investor. Nilai perusahaan yang sering kali diproksikan dengan rasio Price to Book Value (PBV) atau Tobin' s Q, merefleksikan persepsi pasar terhadap prospek dan kinerja perusahaan secara keseluruhan.

Selain CSR, ukuran perusahaan (*firm size*) juga diperkirakan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Perusahaan besar cenderung memiliki akses lebih mudah terhadap sumber daya, reputasi yang sudah mapan, dan kepercayaan lebih tinggi dari pasar, yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan. Namun, tidak sedikit juga perusahaan besar yang menghadapi tantangan dalam menjaga efisiensi dan responsivitas pasar. Dalam konteks perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2021– 2023, terdapat dinamika yang menarik. Masa ini mencerminkan masa pemulihan pasca pandemi COVID-19, di mana banyak perusahaan mulai memperkuat strategi bisnis berkelanjutan mereka untuk menarik kembali kepercayaan investor dan menjaga stabilitas nilai saham. Beberapa perusahaan mulai aktif melaporkan aktivitas CSR mereka dalam laporan tahunan atau laporan keberlanjutan, namun hasilnya terhadap nilai perusahaan tampak bervariasi. Data empiris menunjukkan bahwa tidak semua perusahaan dengan tingkat pengungkapan CSR yang tinggi memiliki nilai perusahaan yang tinggi, begitu pula sebaliknya. Hal ini menunjukkan kemungkinan adanya faktor lain yang memoderasi atau memediasi hubungan tersebut, atau bisa juga mengindikasikan bahwa investor belum sepenuhnya menjadikan CSR sebagai pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan investasi. Oleh karena itu, penting untuk meneliti lebih lanjut apakah pengungkapan CSR dan ukuran perusahaan benar-benar berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan, khususnya dalam industri manufaktur yang sangat relevan terhadap isu sosial dan lingkungan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perusahaan, investor, dan regulator dalam memahami pentingnya integrasi aspek keberlanjutan dalam penciptaan nilai perusahaan.

Berdasarkan rumusan masalah di atas, dapat disimpulkan bahwa tujuan dari penelitian ini ialah:(i)Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021-2023.(ii)Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021-2023.(iii)Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dan Ukuran Perusahaan secara simultan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021-2023.

2 Kajian Pustaka

2.1 Kajian Teori

Teori sinyal memungkinkan kita untuk mengatasi masalah nilai dengan data empiris yang diuji dalam hal strategi individu dan dinamika sosial. Teori sinyal memberikan dorongan kepada perusahaan dalam memberikan informasi kepada pihak eksternal. Motivasi ini berasal dari ketidakseimbangan informasi antara manajemen dan pemangku kepentingan eksternal. Untuk mengurangi ketidakseimbangan ini, perusahaan harus mengungkapkan keduanya informasi keuangan dan non-keuangan yang dimilikinya. Salah satu aspeknya adalah kegiatan pengungkapan CSR perusahaan. Tujuan pelaporan CSR adalah untuk mengomunikasikan kepada investor bahwa perusahaan tidak hanya berfokus pada data keuangan tetapi juga menghargai dampaknya terhadap lingkungan sekitar (Afrika et al., 2025).

Pengungkapan informasi keuangan merupakan alat utama yang digunakan dalam menghasilkan keputusan ekonomi, namun dalam literatur akuntansi pengungkapan CSR telah berubah menjadi landasan keputusan ekonomi. Tuntutan pengungkapan CSR disebabkan oleh munculnya kesadaran masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya akan pentingnya tanggung jawab bisnis terhadap lingkungan (Afrika et al., 2025). CSR dipandang sebagai suatu keharusan untuk membangun citra yang baik dan terpercaya bagi perusahaan. Melaksanakan praktik yang bertanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial akan meningkatkan nilai perusahaan. Dalam hal ini, akan berdampak terhadap kinerja usaha serta menjamin kesuksesan perusahaan secara berkelanjutan (Fardelia Safira & Tituk Diah Widajantie, 2021).

Ukuran perusahaan merupakan salah satu kriteria penting yang harus dimiliki oleh perusahaan. Semakin besar perusahaan, semakin besar kesan baik yang diciptakan untuk menarik minat masyarakat. Semakin besar suatu perusahaan akan memunculkan pengeluaran yang lebih besar dalam mewujudkan legitimasi perusahaan, hal ini disebabkan karena perusahaan akan cenderung mengungkapkan informasi yang lebih luas. Legitimasi ini diperlukan perusahaan sebagai jalan untuk menciptakan keselarasan nilai-nilai sosial dari kegiatannya dengan norma perilaku yang ada dalam masyarakat (Fardelia Safira & Tituk Diah Widajantie, 2021).

Nilai perusahaan merupakan pandangan investor atas prestasi perusahaan dalam mengelola sumber daya perusahaan yang kerap dikaitkan dengan harga saham. Nilai perusahaan ditandai pada naik turunnya harga saham pada perusahaan dan perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham yang diikuti dengan peningkatan harga saham. Nilai perusahaan sebagai cerminan dari kinerja dan harga saham perusahaan yang dapat menentukan

persepsi investor. Pertumbuhan nilai perusahaan dipengaruhi beberapa faktor, yaitu faktor keuangan dan non keuangan(Valentino & Setiawan, 2024).

Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
Ardivan Dicha Valentino,Putu Ery Setiawan (2024)	Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan	1) Pengungkapan CSR ber[engaruh positif terhadap nilai perusahaan 2) Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan 3) Laverage berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan 4) Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
Fernando Afrika,Lidia Desiana,Ilham Prawidi Sakti (2025)	Tanggung Jawab Sosial: Kaitannya dengan Pelanggaran Keuangan dan Kinerja	1) Kinerja keuangan mempengaruhi dampak lingkungan 2) Tekanan Keuangan Mempengaruhi dampak lingkungan 3) Ukuran perusahaan mempengaruhi dampak lingkungan 4) Ukuran Perusahaan mempengaruhi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan
Fardelia Safira,Tituk Diah Widajantie (2021)	Pengaruh Profitabilitas,Ukuran Perusahaan,Laverage,dan Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur yang terdaftar	1) Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan 2) Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan 3) Laverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan 4) Pengungkapan CSR

	di BEI tahun 2015-2019)	berpengaruh terhadap nilai perusahaan
--	-------------------------	---------------------------------------

Elyana Putri Nur Fitri,Tantina Haryati (2022)	Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan	1) Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan 2) Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan 3) Laverage berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan 4) CSR berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan
---	--	--

Sumber:Penelitian Terdahulu

2.2Hipotesis Penelitian

2.2.1 Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility(CSR) terhadap Nilai Perusahaan

Kegiatan CSR yang efektif dapat membangun pengetahuan dan membuat kepercayaan hubungan kepada pihak internal maupun eksternal perusahaan. Pengungkapan CSR menjadi salah satu cara untuk mempertahankan hubungan yang baik kepada para pemangku kepentingan.Hubungan baik itu dapat menghasilkan laba bagi perusahaan jika manfaat yang diperolehnya dapat dimaksimalkan. Penerapan CSR berdampak baik dalam jangka panjang perusahaan serta memperoleh dukungan dari masyarakat sekitar,sehingga menjadikan informasi ini sebagai sinyal positif.Pengungkapan CSR berpengaruh positif karena memberikan dampak substansial yang dapat menaikkan nilai perusahaan.Investor juga menjadikan pengungkapan CSR sebagai bahan pertimbangannya dalam melakukan investasi, dikarenakan hal ini menyatakan perusahaan tidak hanya mengejar profit saja, melainkan telah memperhatikan kondisi lingkungan dan masyarakat sekitar(Valentino & Setiawan, 2024).

Dari uraian dan penjelasan diatas maka peneliti mngajukan hipotesis yaitu:

H1: Pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

2.2.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Sesuai dengan teori sinyal, perusahaan dengan ukuran atau skala yang besar dapat menunjukkan perusahaan tersebut dalam pertumbuhan yang baik dan menyampaikan sinyal positif kepada pihak eksternal. Sesuai dengan penelitian yang dijalankan, Pemikiran ini menunjukkan ukuran perusahaan dimaknai sebagai sinyal positif oleh investor. Beberapa hasil empiris mengungkapkan perusahaan dengan skala besar lebih mudah untuk memasuki pasar modal, dikarenakan investor menangkap sinyal positif bagi perusahaan yang mempunyai pertumbuhan berskala besar. Peningkatan ukuran perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan dianggap mempunyai nilai yang lebih besar. Dari perspektif investor, perusahaan besar mempunyai nilai lebih daripada perusahaan dengan aset terbatas, sehingga penilaian investor pada perusahaan menjadi lebih tinggi. Argumen yang dimunculkan adalah bahwa perusahaan dengan skala besar dapat merefleksikan perusahaan tersebut memiliki keuntungan yang baik pada masa mendatang (Valentino & Setiawan, 2024).

Dari uiraian dan penjelasan diatas maka peneliti mengajukan hipotesis yaitu:

H2: Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

2.2.3 Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility(CSR) dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Perusahaan yang listing di Bursa Efek Indonesia merupakan perusahaan yang tergolong besar, karena perusahaan tersebut menghimpun dana tambahan dari masyarakat umum guna memperbesar sumber pendanaan atau aset yang dimiliki. Semakin banyak aset yang dimiliki oleh perusahaan maka perusahaan tersebut akan menjadi lebih besar, karena masyarakat pada umumnya menilai ukuran perusahaan berdasarkan jumlah asset yang dimiliki. Semakin besar perusahaan maka tanggung jawab yang dimiliki juga akan bertambah, karena bertambah pula pihak-pihak yang memerlukan informasi yang berhubungan dengan prospek keberlanjutan dari perusahaan tersebut.

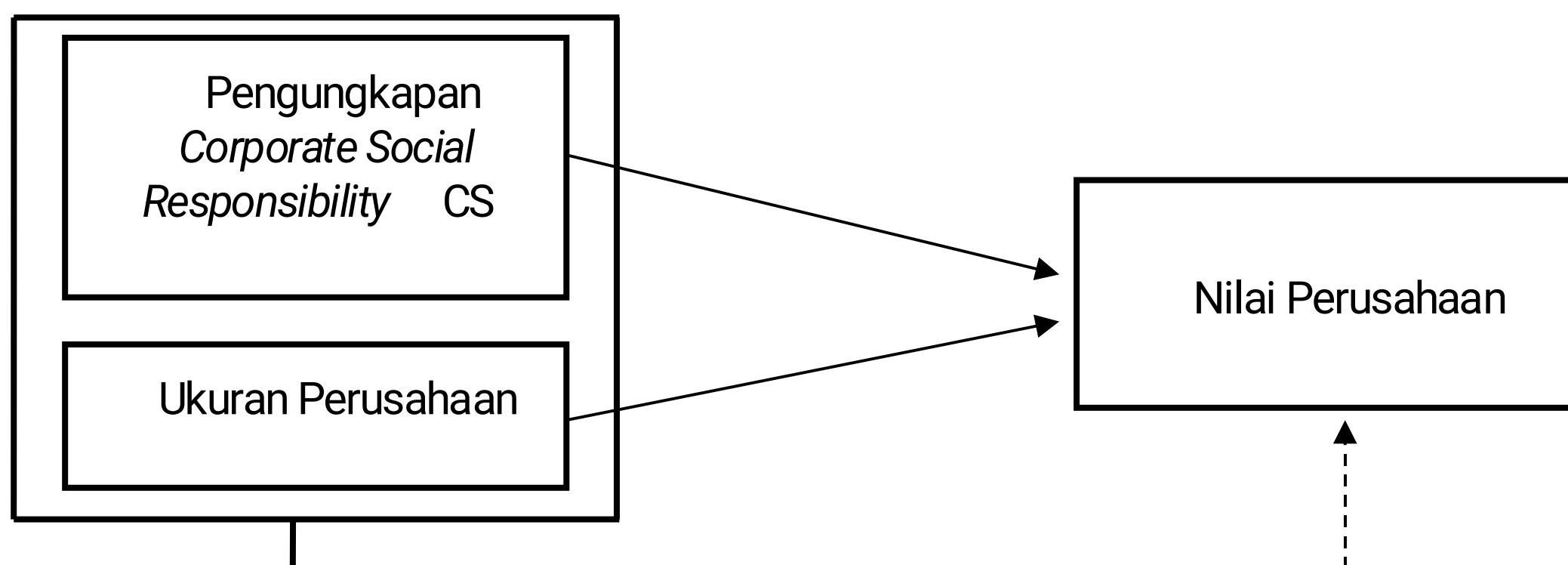
Pentingnya Corporate Social Responsibility (CSR) juga disadari oleh pemerintah, terbukti dengan diaturnya kewajiban mengenai pelaksanaan aktivitas Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 Pasal 74 tentang Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perseroan Terbatas.

Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dan ukuran perusahaan semestinya akan mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan dengan diterapkannya program tersebut maka manajemen akan menyadari pentingnya melakukan penerapan dan pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai investasi sosial jangka panjang dan manajemen juga akan menyadari bahwa tanggung jawab perusahaan tidak hanya untuk shareholder saja tetapi juga untuk stakeholder. Selain itu pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) akan direspon positif oleh investor sehingga hal ini akan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan. pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) sendiri merupakan tanggung jawab yang harus dimiliki oleh perusahaan berskala besar terutama yang berhubungan langsung dengan lingkungan sekitar, karena orientasi perusahaan besar tidak hanya sebatas mengejar keuntungan semata, tapi memandang prospek yang akan menguntungkan dalam jangka waktu panjang yang berkelanjutan (sustainability).

Dari uraian dan penjelasan diatas maka peneliti mengajukan hipotesis yaitu:

H3: Pengungkapan CSR dan Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

Gambar 2.1 Model Penelitian



Sumb Gambar Diolah Oleh Peneliti

Keterangan:

—————> : Variabel X berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y

- - - - -> : Variabel X berpengaruh secara simultan terhadap variabel Y

3 Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian penjelasan (explanatory research) dengan pendekatan kuantitatif, yakni penelitian yang menggunakan dasar positivisme, pengumpulan data dengan menggunakan instrumen tertentu, terdapat populasi dan sampel, data bersifat statistik, dan dilakukan untuk menguji hipotesis.(Putri Nur Fitri & Haryati, 2022).Objek dari penelitian ini merupakan Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2021-2023.

3.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2021-2023.Populasi dalam penelitian ini berjumlah 79 perusahaan yang mana perusahaan tersebut adalah perusahaan terdaftar di BEI tahun 2021-2023.

3.2 Sampel dan Teknik Sampling

Sampel pada penelitian ini berasal dari perusahaan manufaktur yang telah go public yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2021-2023.

Sampel dalam penelitian ini diperoleh melalui teknik purposive sampling, yakni pengambilan sampel yang didasarkan pada kriteria yang sudah ditentukan sebelumnya. Adapun kriteria sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI secara berturut-turut dari tahun 2021-2023

2. Perusahaan yang tidak terdaftar di BEI secara berturut-turut dari tahun 2021-2023
3. Perusahaan yang tidak melaporkan laporan keuangan periode tahun 2021-2023

Tabel 3.1 Penentuan Sampel

No.	Kriteria Penentuan Sampel	Jumlah
1	Jumlah Perusahaan Manufaktur yang <i>listing</i> di BEI Tahun 2021-2023.	79
2	Perusahaan yang <i>tidak terdaftar</i> di BEI pada tahun 2021-2023.	(12)
3	Perusahaan yang tidak melaporkan laporan keuangan pada tahun 2021-2023.	(22)
Jumlah Sampel		45

Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI yang mengungkapkan CSR pada tahun 2021-2023 sebanyak 79 perusahaan. Berdasarkan kriteria yang disebutkan di atas, maka jumlah sampel akhir yang memiliki data lengkap dalam penelitian ini sebanyak 45 perusahaan.

3.3 Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel Independen atau variabel bebas adalah variabel yang menimbulkan atau memunculkan, menjadi sebab adanya perubahan, serta memengaruhi variabel dependen.

Variabel independen pada penelitian ini adalah Pengungkapan Corporate Social Responsibility (X1) dan Ukuran Perusahaan (X2). Sedangkan variabel dependen yang digunakan adalah Nilai Perusahaan (Y).

1. Pengungkapan Corporate Social Responsibility(CSR) (X1)

Peneliti menggunakan GRI Indeks Disclosure yang telah diungkapkan oleh perusahaan sebagai acuan untuk menentukan nilai atau poin pengungkapan lalu kemudian data akan dianalisis dengan menggunakan rumus tertentu. Rumus perhitungan Indeks

Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) adalah sebagai berikut:

$$C S R I _ x = \frac{\sum X y _ x}{n _ x} \quad (1)$$

Keterangan:

CSR_{ix} : Indeks luas pengungkapan CSR perusahaan x

X_{yx} : Jumlah kriteria pengungkapan GRI Standards : GRI 200, GRI 300 dan GRI 400 yang diungkapkan oleh perusahaan x (setiap pengungkapan yang diungkapkan akan diberi nilai 1 dan 0 bila tidak diungkapkan).

n_x : Jumlah item pengungkapan GRI Standards: GRI 200, GRI 300, dan GRI 400 (berjumlah sebanyak 79 pengungkapan).

2. Ukuran Perusahaan (X2)

Ukuran perusahaan dilihat dari total aset perusahaan dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut ini :

$$Firm \ size = Ln \ Total \ Assets \quad (2)$$

Keterangan :

Firm size = Ukuran perusahaan

Ln Total Assets = Logaritma natural dari total asset

3. Nilai Perusahaan (Y)

Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan jika perusahaan memperhatikan dimensi lingkungan hidup. Nilai perusahaan dapat diperoleh melalui rumus berikut:

$$Tobin' \ s \ Q = \frac{Kapitalisasi \ Pasar + Total \ Utang}{Total \ Aset} \quad (3)$$

Keterangan:

Kapitalisasi Pasar : Harga closing saham per 31 Desember tahun berjalan dikali dengan total lembar saham yang beredar per 31 Desember tahun berjalan.

Total Utang : Utang jangka panjang ditambah utang jangka pendek

Total Aset : Aset tetap ditambah aset lancar.

Terdapat tiga kriteria nilai yang nantinya akan dihasilkan oleh perhitungan Tobin's Q, yaitu:

1. Tobin's $Q < 1$ menunjukkan bahwa saham dalam kondisi undervalued, artinya manajemen telah gagal dalam mengelola aktiva perusahaan atau pertumbuhan investasi pada perusahaan tersebut rendah sehingga perusahaan tersebut dinilai rendah pula oleh pasar.
2. Tobin's $Q = 1$ menunjukkan bahwa saham dalam kondisi average, artinya manajemen stagnan dalam mengelola aktiva atau tidak adanya pertumbuhan maupun penurunan investasi pada perusahaan tersebut sehingga perusahaan tersebut dinilai tidak berkembang oleh pasar.
3. Tobin's $Q > 1$ menunjukkan bahwa saham dalam kondisi overvalued, artinya manajemen telah berhasil mengelola aktiva perusahaan atau perusahaan berpotensi tinggi akan mengalami pertumbuhan investasi sehingga perusahaan tersebut akan dinilai tinggi pula oleh pasar

3.4 Analisis Data

Peneliti akan menggunakan analisis regresi linear berganda. Namun sebelum itu, peneliti akan melakukan analisis statistik deskriptif untuk memaparkan gambaran data dan uji asumsi klasik untuk memastikan kelayakan data. Data penelitian ini akan diolah dengan menggunakan program Statistical Package For Social Science (SPSS).

1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis ini dilakukan dengan melakukan perhitungan pada nilai modus, median, mean, desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, serta perhitungan persentase. Penyajian data dapat dilakukan melalui pemaparan tabel, grafik, diagram lingkaran, maupun pictogram.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan uji yang dilakukan sebelum melakukan uji lanjutan. Uji ini dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi memenuhi kriteria dan terdiri dari uji normalitas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinearitas.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda, yakni untuk memprediksi variabel dependen,

mengukur kekuatan pengaruh variabel independen terhadap dependen secara numerik, dan menunjukkan arah pengaruh tersebut.

4. Uji Hipotesis

Hipotesis dinyatakan dalam bentuk deklaratif, memberikan pernyataan mengenai hubungan minimal dua variabel, dan dapat diuji. Oleh karena itu, peneliti akan menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen pada penelitian ini dengan menggunakan aplikasi SPSS 25. Uji hipotesis yang akan dilakukan adalah uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), dan uji koefisien determinasi (R^2).

