

Analisis Dampak CSR Disclosure pada Nilai Perusahaan di Era ESG: Studi pada Industri Manufaktur

Bahtiar Effendi
Universitas Satu
bahtiar.effendi90@gmail.com

*Corresponding Author

Diajukan : 6 Juni 2025
Disetujui : 1 Juli 2025
Dipublikasi : 11 Juli 2025

ABSTRACT

Firm value is one of the most important indicators for evaluating a company's performance and attractiveness to investors. The sustainability of a company is not solely determined by financial indicators, but also by how well the company fulfills its social and environmental responsibilities. This study aims to examine whether Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR) influences firm value. The sample of this research consists of manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the period 2023–2024. This is a quantitative study using a purposive sampling method. The data analysis techniques include classical assumption tests, descriptive statistics, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing. The results indicate that CSR has a positive and significant effect on firm value. These findings support legitimacy theory, which posits that companies gaining public legitimacy through good social and environmental performance will enhance corporate image, attract investors, and ultimately increase firm value. Furthermore, the study also provides empirical support for agency theory, suggesting that CSR disclosure can reduce information asymmetry between management and stakeholders. This research is expected to serve as a reference for future studies by incorporating additional variables such as environmental performance or corporate governance as moderating variables.

Keywords: *Corporate Social Responsibility Disclosure, Firm Value, Legitimacy Theory, Agency Theory.*

PENDAHULUAN

Perusahaan merupakan suatu lembaga yang beroperasi dalam bentuk organisasi dengan tujuan menyediakan barang dan jasa kepada masyarakat serta memperoleh keuntungan. Dalam praktik modern, tujuan perusahaan tidak hanya terbatas pada pencapaian laba maksimal atau kesejahteraan pemilik saham. Perusahaan dituntut untuk memiliki orientasi jangka panjang yang mencakup upaya memaksimalkan nilai perusahaan. Hal ini dilakukan melalui penerapan tata kelola perusahaan yang baik dan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan atau Corporate Social Responsibility (CSR).

Seiring dengan berkembangnya kesadaran global terhadap keberlanjutan, konsep ESG (*Environmental, Social, and Governance*) kini menjadi kerangka utama yang digunakan perusahaan untuk menjalankan bisnis secara bertanggung jawab dan berorientasi jangka panjang. ESG memperluas cakupan tanggung jawab perusahaan tidak hanya pada aspek sosial dan lingkungan, tetapi juga pada praktik tata kelola yang transparan dan etis. Dalam era ESG, perusahaan diharapkan mampu mengintegrasikan isu-isu lingkungan, sosial, dan tata kelola dalam strategi bisnisnya guna menciptakan nilai berkelanjutan bagi seluruh pemangku kepentingan.

Nilai perusahaan tidak hanya penting bagi manajemen dan investor, tetapi juga mencerminkan citra perusahaan di mata masyarakat. Nilai ini dapat diukur melalui nilai buku (*book value*) maupun nilai pasar (*market value*) ekuitas. Menurut Lestari (2016), nilai pasar saham mencerminkan persepsi investor terhadap kinerja dan prospek masa depan perusahaan. Namun demikian, fluktuasi

harga saham yang tinggi membuat investor seringkali kesulitan dalam menilai nilai riil suatu perusahaan.

CSR Disclosure (CSRD) menjadi aspek penting dalam menilai nilai perusahaan. Penerapan dan pengungkapan CSR mencerminkan komitmen perusahaan terhadap lingkungan dan sosial. Diana (2016) menyatakan bahwa tata kelola perusahaan yang baik dapat mencegah terjadinya kecurangan dan meningkatkan kepercayaan investor. Dalam hal ini, pengungkapan CSR turut memperkuat citra positif perusahaan dan meningkatkan nilai pasar saham.

Fenomena manipulasi laporan keuangan juga menekankan pentingnya transparansi dan tanggung jawab sosial. Kasus Satyam di India dan Garuda Indonesia di dalam negeri menunjukkan bagaimana manipulasi dapat menghancurkan reputasi dan nilai perusahaan. Dalam kasus Satyam, perusahaan melaporkan pendapatan fiktif selama sembilan tahun, hingga pada Januari 2009 terungkap bahwa laporan tersebut tidak sesuai dengan kondisi riil. Akibatnya, saham Satyam anjlok hingga 70% (Hakim, 2017). Sementara itu, PT Garuda Indonesia dilaporkan memasukkan pendapatan yang belum diterima dalam laporan keuangan tahun 2018, yang menyebabkan laporan keuangan tampak sehat padahal perusahaan masih merugi (Pratiwi, 2019).

Kedua kasus tersebut menunjukkan bahwa nilai perusahaan yang ditampilkan melalui laporan keuangan saja tidaklah cukup. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk mengintegrasikan aspek keberlanjutan dan tanggung jawab sosial dalam kegiatan operasionalnya, serta mengungkapkan informasi tersebut kepada publik secara transparan melalui laporan CSR.

CSR tidak hanya merupakan kewajiban moral, tetapi juga telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Lestari (2016) menyatakan bahwa CSR merupakan bentuk tanggung jawab tidak hanya kepada pemegang saham, tetapi juga kepada seluruh pemangku kepentingan. Pengungkapan CSR yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan dapat meningkatkan kepercayaan publik dan menarik investor.

Hariati dan Rihatiningtyas (2015) menegaskan bahwa kinerja lingkungan yang tinggi dapat meningkatkan nilai perusahaan. Dengan adanya tanggung jawab terhadap lingkungan, perusahaan mampu memberikan jaminan kepada publik bahwa mereka peduli terhadap keberlanjutan dan berkontribusi pada pengurangan dampak negatif terhadap lingkungan. Beberapa penelitian terdahulu juga mendukung pentingnya CSR dalam meningkatkan nilai perusahaan. Lestari (2016) menemukan bahwa CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan non-keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Penelitian ini berfokus pada pengaruh CSR Disclosure terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2023-2024. Penelitian ini penting karena sektor manufaktur merupakan salah satu penyumbang terbesar terhadap perekonomian dan memiliki dampak langsung terhadap lingkungan serta masyarakat sekitar.

Berbeda dengan penelitian Lestari (2016) yang menggunakan variabel kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dan CSR pada perusahaan non-keuangan, penelitian ini secara khusus berfokus pada sektor manufaktur, yang memiliki karakteristik emisi dan tanggung jawab sosial yang kompleks serta sangat terdampak oleh tekanan ESG global. Selain itu, penelitian ini memfokuskan pada pengungkapan CSR dari sisi faktor ekonomi, sosial, dan lingkungan sesuai dengan indikator GRI G4. Pendekatan GRI G4 dipilih karena memberikan struktur yang lebih sistematis dan terukur dalam mengevaluasi aspek keberlanjutan, sehingga relevan dalam menilai pengaruh pengungkapan CSR terhadap persepsi investor dan nilai perusahaan. Masih sedikit penelitian yang secara spesifik mengkaji pengaruh pengungkapan CSR berbasis GRI terhadap nilai perusahaan manufaktur di Indonesia pasca-pandemi dalam kerangka ESG global. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya memperluas konteks empiris dari studi-studi sebelumnya, tetapi juga memberikan sudut pandang baru dengan mengintegrasikan kerangka pelaporan internasional ke dalam konteks lokal pasca-pandemi. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baru dalam pemahaman hubungan antara pengungkapan CSR dan nilai perusahaan di sektor manufaktur.

Motivasi utama dalam penelitian ini adalah untuk membuktikan kembali apakah pengungkapan CSR benar-benar memberikan pengaruh terhadap peningkatan nilai perusahaan. Sejalan dengan temuan Buchanan, Cao, dan Chen (2018), pengungkapan CSR yang baik juga menarik minat

investor institusional yang berpengaruh terhadap peningkatan nilai perusahaan. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi akademik, tetapi juga relevan secara praktis bagi perusahaan, investor, dan regulator.

Kesimpulannya, pengungkapan CSR merupakan salah satu elemen kunci dalam menciptakan nilai perusahaan yang berkelanjutan. Melalui tanggung jawab sosial yang baik dan keterbukaan informasi, perusahaan dapat memperkuat posisi di pasar, meningkatkan kepercayaan investor, serta menciptakan dampak positif bagi lingkungan dan masyarakat. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan sebagai kontribusi terhadap peningkatan kualitas tata kelola dan keberlanjutan perusahaan di Indonesia.

LITERATUR REVIEW

Dalam dunia bisnis modern, perusahaan tidak hanya dituntut untuk berorientasi pada laba semata, tetapi juga memperhatikan tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagai bagian dari strategi keberlanjutan. Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi isu penting yang menempati posisi strategis dalam kegiatan korporasi, baik dalam konteks etika, lingkungan, maupun hubungan dengan pemangku kepentingan. Salah satu cara untuk menunjukkan pelaksanaan CSR adalah melalui *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSRSD), yaitu pengungkapan informasi tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan atau laporan keberlanjutan perusahaan.

CSRSD mengacu pada proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari aktivitas ekonomi perusahaan kepada pemangku kepentingan yang berkepentingan, seperti investor, pemerintah, masyarakat, konsumen, dan LSM. Pengungkapan ini tidak hanya sebagai bentuk transparansi, tetapi juga sebagai alat untuk memperoleh kepercayaan publik dan memperkuat legitimasi sosial Perusahaan (Sra *et al.*, 2022). Menurut teori legitimasi yang dikemukakan oleh Deegan (2002), perusahaan perlu memastikan bahwa aktivitas operasional mereka sesuai dengan nilai, norma, dan ekspektasi masyarakat. Ketika perusahaan memenuhi harapan sosial tersebut melalui tindakan-tindakan CSR dan mengungkapkannya secara terbuka, maka perusahaan mendapatkan legitimasi sosial yang pada akhirnya akan memberikan keuntungan ekonomi dalam jangka Panjang (Marshall & Toffel, 2005).

Legitimasi sosial penting karena keberlangsungan perusahaan tidak hanya ditentukan oleh kekuatan internal, tetapi juga oleh dukungan dari pihak eksternal. Kegagalan dalam menjaga legitimasi sosial dapat mengakibatkan tekanan sosial yang berdampak negatif terhadap kinerja perusahaan, seperti boikot produk, pencabutan izin operasional, atau kehilangan investor. Oleh karena itu, perusahaan yang berhasil membangun citra positif melalui pengungkapan CSR yang baik akan mendapatkan kepercayaan yang lebih besar dari pemangku kepentingan, khususnya investor. Kepercayaan ini dapat tercermin dalam meningkatnya permintaan atas saham perusahaan, yang pada akhirnya mendorong peningkatan harga saham dan nilai Perusahaan (Effendi, 2020).

Nilai perusahaan secara umum mencerminkan persepsi pasar terhadap kinerja perusahaan dan prospek ke depannya. Salah satu ukuran yang sering digunakan untuk menilai nilai perusahaan adalah rasio *Tobin's Q*, yaitu rasio antara nilai pasar perusahaan terhadap nilai penggantian asetnya. Rasio ini memberikan gambaran menyeluruh karena mempertimbangkan seluruh sumber pendanaan perusahaan, baik dari ekuitas maupun utang. Semakin tinggi nilai *Tobin's Q*, semakin tinggi pula nilai perusahaan di mata investor, yang menunjukkan bahwa pasar menilai perusahaan memiliki prospek pertumbuhan dan manajemen aset yang baik.

Pengaruh positif CSRSD terhadap nilai perusahaan dapat dijelaskan melalui beberapa mekanisme. Pertama, perusahaan yang secara aktif mengungkapkan tanggung jawab sosialnya menunjukkan transparansi dan akuntabilitas yang tinggi, yang penting dalam membangun reputasi yang baik di mata publik dan pasar modal. Kedua, CSR dapat menciptakan hubungan yang harmonis dengan berbagai pihak eksternal seperti pemerintah, masyarakat lokal, dan pelanggan. Hubungan yang baik ini berperan dalam menciptakan stabilitas operasional, mengurangi risiko bisnis, dan memperkuat posisi kompetitif perusahaan. Ketiga, perusahaan dengan reputasi CSR yang kuat sering kali menjadi pilihan utama bagi investor institusional yang memiliki kepedulian terhadap aspek keberlanjutan (*sustainability investing*), sehingga meningkatkan permintaan saham dan pada akhirnya nilai pasar perusahaan.

Beberapa penelitian sebelumnya telah membuktikan bahwa CSRD memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Misalnya, penelitian oleh Effendi (2021) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR secara positif mempengaruhi nilai perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil ini diperkuat oleh penelitian Kusniawati & Sugiharti (2021) dan Effendi (2022) yang menemukan bahwa perusahaan dengan pengungkapan CSR tinggi memiliki rasio *Tobin's Q* yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan dengan pengungkapan rendah. Temuan ini menunjukkan bahwa investor memberikan penilaian positif terhadap perusahaan yang menunjukkan kepedulian terhadap isu sosial dan lingkungan melalui pengungkapan yang memadai.

Namun demikian, tidak semua penelitian menemukan hasil yang konsisten. Sebagian studi menyatakan bahwa hubungan antara CSRD dan nilai perusahaan bersifat tidak langsung dan dipengaruhi oleh variabel lain seperti kinerja keuangan, jenis industri, atau kualitas tata kelola perusahaan. Misalnya, penelitian Rahma *et al.* (2023) dan Sekarwigati & Effendi (2019) menunjukkan bahwa pengaruh CSRD terhadap nilai perusahaan akan lebih kuat apabila perusahaan memiliki struktur tata kelola yang baik, seperti kehadiran dewan komisaris independen dan ukuran komite audit yang memadai. Hal ini menunjukkan bahwa dampak pengungkapan CSR tidak dapat berdiri sendiri, tetapi memerlukan dukungan dari faktor-faktor internal perusahaan yang mampu memastikan bahwa pelaksanaan CSR benar-benar dilakukan secara efektif, bukan hanya sebagai simbol formalitas.

Pengungkapan CSR juga telah menjadi kewajiban formal di Indonesia berdasarkan Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 74, yang mewajibkan perusahaan yang bergerak dalam bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Ketentuan ini diperkuat dengan Peraturan OJK No. 51/POJK.03/2017 yang mewajibkan penyampaian laporan keberlanjutan. Peraturan ini menjadi bentuk dorongan dari pemerintah agar perusahaan semakin sadar akan pentingnya keberlanjutan dan pelaporan CSR secara terbuka. Dalam konteks ini, pengungkapan CSR tidak lagi hanya sebagai pilihan strategis, tetapi menjadi bagian dari kewajiban hukum yang apabila dijalankan dengan baik dapat menjadi nilai tambah bagi perusahaan.

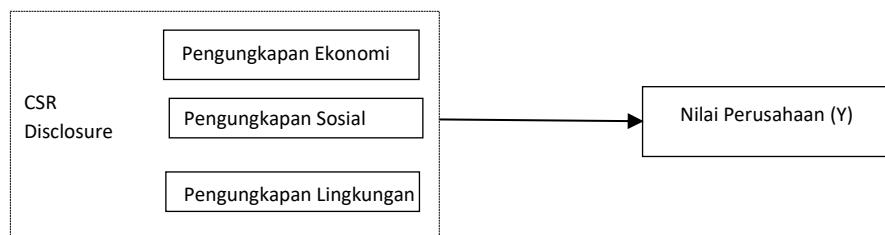
Dari penjelasan teoritis dan empiris tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa CSRD memiliki peran penting dalam membentuk persepsi investor dan masyarakat terhadap perusahaan. Pengungkapan yang akurat dan transparan mengenai aktivitas sosial dan lingkungan dapat menjadi sinyal positif bahwa perusahaan memiliki komitmen terhadap keberlanjutan dan etika bisnis, yang pada akhirnya akan mendorong peningkatan nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: Corporate Social Responsibility Disclosure (CSRD) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Hipotesis ini dibangun atas dasar teori legitimasi yang menyatakan bahwa perusahaan akan berusaha menyesuaikan aktivitas dan pengungkapannya agar sesuai dengan ekspektasi masyarakat. Dengan demikian, perusahaan yang mengungkapkan informasi CSR secara lebih luas dan berkualitas akan memperoleh legitimasi yang lebih besar dari pemangku kepentingan, menciptakan kepercayaan, dan meningkatkan nilai pasar perusahaan.

Adapun kerangka pemikiran penelitian ini disajikan dalam gambar 1 berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan Gambar 1 di atas, disajikan bagaimana mengkaji pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) terhadap nilai perusahaan, dengan fokus pada tiga aspek

utama dalam standar GRI G4, yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan. Aspek ekonomi mencerminkan kontribusi perusahaan terhadap pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan, aspek sosial menunjukkan komitmen terhadap kesejahteraan tenaga kerja dan masyarakat, sedangkan aspek lingkungan menyoroti kepedulian terhadap pelestarian lingkungan. Ketiga aspek ini diasumsikan mampu meningkatkan legitimasi dan kepercayaan investor, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, penelitian ini mengembangkan tiga hipotesis yang menguji secara terpisah pengaruh pengungkapan CSR ekonomi, sosial, dan lingkungan terhadap nilai perusahaan manufaktur di Indonesia.

METODE

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (Corporate Social Responsibility Disclosure/CSR) terhadap nilai perusahaan. Objek penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2023 hingga 2024. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausal-komparatif, yang bertujuan untuk menguji hubungan sebab-akibat antara variabel independen, yaitu pengungkapan CSR, dengan variabel dependen, yaitu nilai perusahaan. Data yang digunakan adalah data sekunder yang bersumber dari laporan tahunan (annual report) perusahaan yang dipublikasikan secara resmi melalui situs web BEI (www.idx.co.id) dan situs web masing-masing perusahaan.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan, yang diukur menggunakan rasio Tobin's Q. Rasio ini mencerminkan seberapa besar nilai pasar perusahaan dibandingkan dengan nilai buku dari aset yang dimiliki. Rumus Tobin's Q adalah: $(\text{harga saham akhir tahun} \times \text{jumlah saham beredar} + \text{nilai buku liabilitas}) / \text{nilai buku total aset}$. Rasio ini dipilih karena dianggap mampu merepresentasikan penilaian investor terhadap nilai perusahaan secara menyeluruh.

Sementara itu, variabel independen utama adalah Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR) yang diukur menggunakan metode konten analisis berdasarkan pedoman *Global Reporting Initiative (GRI) Standards*. Skor pengungkapan CSR diperoleh dengan menilai keberadaan informasi CSR dalam laporan tahunan perusahaan, khususnya pada aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial. Setiap item yang diungkapkan sesuai dengan indikator GRI diberi skor 1, sedangkan item yang tidak diungkapkan diberi skor 0. Jumlah total skor yang diperoleh perusahaan kemudian dibagi dengan jumlah total item yang menjadi acuan, sehingga menghasilkan indeks pengungkapan CSR atau Corporate Social Responsibility Index (CSRI).

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling, yaitu teknik pemilihan sampel dengan kriteria tertentu. Kriteria pemilihan sampel meliputi: (1) perusahaan termasuk dalam sektor manufaktur dan terdaftar di BEI secara berturut-turut selama tahun 2023–2024, (2) perusahaan menyampaikan laporan tahunan yang lengkap selama periode pengamatan, (3) perusahaan menyajikan data yang diperlukan untuk menghitung nilai perusahaan dan CSR, serta (4) laporan keuangan perusahaan disusun dalam mata uang rupiah agar data bersifat homogen.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, untuk mengetahui pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan. Selain itu, dilakukan uji asumsi klasik, meliputi uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi untuk memastikan validitas model regresi yang digunakan. Uji signifikansi dilakukan dengan menggunakan uji t (parsial) untuk melihat pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Dengan mengkaji pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris dalam bidang akuntansi keberlanjutan, serta menjadi dasar pertimbangan bagi manajemen perusahaan dan investor dalam pengambilan keputusan bisnis yang lebih bertanggung jawab secara sosial.

HASIL

Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling untuk memilih perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2023–2024. Dari total 172

perusahaan manufaktur, diperoleh 31 perusahaan yang memenuhi kriteria dengan observasi selama dua tahun berturut-turut, sehingga jumlah data yang dianalisis adalah 62 data. Statistik deskriptif (Tabel 1) menunjukkan karakteristik data dari variabel penelitian yang meliputi Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR) dan Nilai Perusahaan. Rata-rata nilai pengungkapan CSR sebesar 0.0902 dengan standar deviasi 0.07285, yang menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan CSR oleh perusahaan manufaktur di Indonesia cenderung masih relatif rendah dan bervariasi antar perusahaan.

Tabel 1. Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	62	.02	.43	.0902	.07285
Nilai Perusahaan	62	.74	23.29	3.1650	4.28546
Valid N (listwise)	62				

Sumber: Data Diolah (2025)

Uji asumsi klasik menunjukkan bahwa data penelitian memenuhi syarat untuk analisis regresi, dengan distribusi normal (uji Kolmogorov-Smirnov, signifikansi $0.085 > 0.05$), tidak adanya multikolinieritas (tolerance > 0.10 dan VIF < 10), tidak terjadi heteroskedastisitas (berdasarkan scatterplot), dan tidak ada autokorelasi (Runs Test signifikansi $0.306 > 0.05$). Selanjutnya, Model regresi linier berganda yang diuji dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$Y=4.222+0.327X_2+e$$

Berdasarkan hasil uji t (Tabel 2), pengungkapan CSR (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai t-hitung 2.287 dan signifikansi 0.026 (< 0.05). Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan, maka nilai perusahaan cenderung meningkat. Dengan kata lain, transparansi dan tanggung jawab sosial perusahaan menjadi faktor penting yang mampu meningkatkan kepercayaan investor dan reputasi perusahaan, sehingga berdampak positif pada nilai pasar perusahaan.

Tabel 2. Hasil Uji T

Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.	
Model	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	4.222	1.211		3.487	.001
	CSR	.327	.143	.265	2.287	.026

a. Dependent Variable: FirmValue

Sumber: Data Diolah (2025)

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa variabel Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Koefisien regresi tak terstandarisasi (B) sebesar 0,327 dengan nilai signifikansi 0,026 ($p < 0,05$) menunjukkan bahwa pengaruh tersebut signifikan secara statistik. Koefisien 0,327 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 poin dalam indeks CSR akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0,327 poin dalam rasio Tobin's Q, dengan asumsi variabel lain konstan. Nilai t sebesar 2,287 juga menguatkan kesimpulan bahwa hubungan antara CSR dan nilai perusahaan bersifat positif dan signifikan.

Temuan ini sejalan dengan teori legitimasi dan sebagian besar penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa transparansi CSR meningkatkan kepercayaan investor dan memperkuat reputasi perusahaan. Namun, besarnya koefisien menunjukkan pengaruh yang sedang, tidak

terlalu kuat, yang dapat mencerminkan bahwa investor di pasar Indonesia mungkin belum sepenuhnya menjadikan pengungkapan CSR sebagai pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan investasi.

Model ini masih memiliki keterbatasan, seperti belum mengendalikan variabel lain yang juga dapat memengaruhi nilai perusahaan, seperti profitabilitas, ukuran perusahaan, atau struktur kepemilikan. Selain itu, hasil ini berbeda dari beberapa studi terdahulu (misalnya, Lestari, 2016) yang menemukan hubungan tidak signifikan, kemungkinan disebabkan oleh perbedaan sektor, periode pengamatan, atau pendekatan pengukuran CSR yang digunakan. Dengan demikian, hasil penelitian ini memberikan kontribusi empiris baru dalam konteks pasca-pandemi dan tekanan ESG global di sektor manufaktur Indonesia.

Berdasarkan persamaan regresi linier di atas, menunjukkan pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure sebesar 0,026 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 (0,026 < 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa CSR secara parsial berpengaruh terhadap nilai perusahaan maka Hipotesis DITERIMA.

PEMBAHASAN

Hasil data yang telah diolah menunjukkan bahwa pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR Disclosure) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini mendukung teori legitimasi, yang menyatakan bahwa perusahaan yang mampu memberikan perhatian lebih terhadap pengelolaan lingkungan akan mendapatkan respons positif dari publik atau masyarakat. Respons positif ini kemudian meningkatkan citra perusahaan di mata publik. Citra perusahaan yang baik akan menarik minat investor karena berpengaruh pada peningkatan loyalitas konsumen dan publik terhadap produk perusahaan. Dengan demikian, penjualan produk perusahaan akan meningkat, yang pada akhirnya juga meningkatkan keuntungan perusahaan. Kenaikan keuntungan ini berdampak pada peningkatan return yang diterima oleh investor. Selain itu, kebijakan Bank Indonesia No: 7/2/PBI/2005 yang memberikan kemudahan akses kredit bagi perusahaan yang melakukan pengelolaan lingkungan secara baik menjadi salah satu faktor pendorong investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut, sehingga berdampak pada peningkatan nilai perusahaan secara keseluruhan. Selain itu, dari perspektif teori agensi, pengungkapan CSR dapat dipahami sebagai upaya manajemen dalam mengurangi konflik kepentingan antara pihak manajemen (agen) dan pemegang saham (prinsipal). Dengan melakukan pengungkapan CSR secara transparan, manajemen menunjukkan komitmen mereka dalam menjalankan tanggung jawab sosial dan mengelola risiko lingkungan yang berpotensi memengaruhi kinerja perusahaan jangka panjang. Transparansi ini membantu mengurangi asimetri informasi yang biasanya terjadi antara agen dan prinsipal, sekaligus mengurangi potensi moral hazard, sehingga kepercayaan pemegang saham dan stakeholder lainnya terhadap perusahaan meningkat. Hal ini pada gilirannya dapat memperkuat tata kelola perusahaan dan meningkatkan nilai perusahaan di pasar modal. Penelitian ini mendukung hasil penelitian dari Yusmaniarti *et al.* (2023), Effendi (2022) dan Lestari (2016). Tetapi tidak mendukung hasil penelitian dari Ardimas & Wardoyo (2014). Berdasarkan uraian tersebut, hasil penelitian ini membuktikan bahwa hipotesis diterima.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis, dapat disimpulkan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR Disclosure) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR oleh perusahaan, semakin tinggi pula nilai perusahaan yang tercermin di pasar modal.

Penelitian ini memberikan dasar yang kuat bagi teori legitimasi dan teori agensi sebagai landasan analisis dalam menjelaskan bagaimana pengungkapan CSR dapat memengaruhi nilai perusahaan. Kontribusi ilmiah dari penelitian ini terletak pada penguatan bukti empiris tentang relevansi pengungkapan CSR berbasis GRI G4 dalam meningkatkan nilai perusahaan, khususnya di sektor manufaktur Indonesia pasca-pandemi. Penelitian ini juga memperluas cakupan literatur dengan menyoroti pentingnya aspek ESG dalam membentuk persepsi investor terhadap

perusahaan.

Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya menggunakan data kuantitatif dari laporan tahunan perusahaan yang bersifat sekunder dan terbatas pada pengungkapan yang tersedia secara publik. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan pendekatan mixed-method yang menggabungkan data kuantitatif dan kualitatif, misalnya melalui wawancara dengan manajemen atau analisis isi laporan keberlanjutan. Selain itu, studi lanjutan dapat menambahkan variabel mediasi seperti kualitas tata kelola perusahaan (governance quality), profitabilitas, atau ukuran perusahaan untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang mekanisme hubungan antara CSR dan nilai perusahaan.

Selain itu, bagi para pelaku usaha yang ingin meningkatkan nilai perusahaan, pengungkapan CSR yang strategis dan kredibel menjadi sangat penting dalam menjalankan bisnis. Dengan menerapkan pengungkapan CSR secara transparan, akuntabel, dan konsisten, perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan publik dan investor. Kepercayaan tersebut tidak hanya memperkuat reputasi perusahaan, tetapi juga meningkatkan loyalitas konsumen, yang berdampak pada peningkatan penjualan. Semakin besar penjualan, semakin besar pula aset yang dimiliki perusahaan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan ukuran dan nilai perusahaan. Dengan demikian, investor dan pihak ketiga seperti kreditur akan lebih tertarik untuk menanamkan modalnya pada perusahaan, yang selanjutnya dapat digunakan sebagai modal tambahan untuk inovasi dan ekspansi usaha.

REFERENSI

- Ardimas, W., & Wardoyo. (2014). Pengaruh kinerja keuangan dan corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan pada bank go public yang terdaftar di BEI.
- Buchanan, B., Cao, C. X., & Chen, C. (2018). Corporate social responsibility, firm value, and influential institutional ownership. *Journal of Corporate Finance*, 52, 73–95. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2018.07.004>
- Deegan, C. (2002). The legitimising effect of social and environmental disclosures – A theoretical foundation. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15(3), 282–311. <https://doi.org/10.1108/09513570210435852>
- Diana, P. (2016). Implementasi tata kelola perusahaan terhadap nilai perusahaan: Studi empiris pada perusahaan di Indonesia. *Jurnal ULTIMA Accounting*, 7(2), 1–17. <https://doi.org/10.31937/akuntansi.v7i2.177>
- Effendi, B. (2020). The Effect of Company Characteristics on the Extent of Sustainability Report Disclosures. *Proceedings of The First International Conference on Global Innovation and Trends in Economy*, 57-64. <https://doi.org/10.4108/eai.7-11-2019.2295237>
- Effendi, B. (2021). Nilai perusahaan: Kontribusi penerapan akuntansi manajemen lingkungan pada perusahaan industri manufaktur di Banten. *Jurnal Online Insan Akuntan*, 6(1), 125–138. <https://doi.org/10.51211/joia.v6i1.1495>
- Effendi, B. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi firm value dengan pertumbuhan perusahaan sebagai variabel intervening (Vol. 14). <https://doi.org/10.31937/akuntansi.v14i2.2924>
- Hakim, M. (2017, Agustus 12). Satyam oh Satyam Enron-nya India: Profesionalisme berujung pidana. *Kompasiana*. <https://www.kompasiana.com/mrhemerha/598de486d2808b1584261a82/satyam-oh-satyam-enron-nya-india-profesionalisma-berujung-pidana?page=all>
- Hariati, I., & Rihatiningtyas, Y. W. (2015). Pengaruh tata kelola perusahaan dan kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi XVIII*, 1–16.
- Khotimah, R. K., Pratiwi, A. S., Simbolon, Y. L., Yudhanto, W., & Sijabat, Y. (2023). Pengaruh kebijakan hutang dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*, 1(1). <https://doi.org/10.58192/wawasan.v1i1.339>
- Kusniawati, K., & Sugiharti, H. (2021). Pengaruh struktur modal dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2013–2018. *Forum Ekonomi*, 23(2), 264–273. <https://doi.org/10.30872/jfor.v23i2.7842>



- Lestari, A. A. (2016). Pengaruh kepemilikan manajemen, kepemilikan institusional, dan corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan. *Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro*, 1(1), 242–262. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139013338.013>
- Marshall, J.D., Toffel, M.W. (2005). Framing the elusive concept of sustainability: A sustainability hierarchy. *Environmental Science and Technology*, 39(3): 673-682. <https://doi.org/10.1021/es040394k>
- Pratiwi, H. R. (2019, April 30). Kronologi kisruh laporan keuangan Garuda Indonesia. *CNN Indonesia*. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20190430174733-92-390927/kronologi-kisruh-laporan-keuangan-garuda-indonesia>
- Sekarwigati, M., & Effendi, B. (2019). Pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan likuiditas terhadap corporate social responsibility disclosure. *STATERA: Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 1(1), 16–33. <https://doi.org/10.33510/statera.2019.1.1.16-33>
- Sra, J.K., Booth, A.L., Cox, R.A.K. (2022). Voluntary carbon information disclosures, corporate-level environmental sustainability efforts, and market value. *Green Finance*, 4(2): 179-206. <https://doi.org/10.3934/gf.2022009>
- Yusmaniarti, Sumarlan, A., Astuti, B., & Ananda, N. A. (2023). Pengaruh ukuran perusahaan dan struktur terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi green accounting. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 641–652. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i1.3300>