

PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN SUSTAINABILITY REPORT SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

by PM Mitha

Submission date: 17-May-2024 10:39AM (UTC+0700)

Submission ID: 2381560965

File name: sahaan_Dengan_Sustainability_Report_Sebagai_Variabel_Mediasi.pdf (255.07K)

Word count: 3837

Character count: 26480

PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN *SUSTAINABILITY REPORT* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Irene
Universitas Widya Kartika

Melvie Paramitha
Universitas Widya Kartika
melvieparamitha24@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan *Sustainability Report* sebagai variabel mediasi pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2020. Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa *Annual Report* dan *Sustainability report*. Dari 181 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia ditemukan sampel penelitian sebanyak 13 perusahaan dengan menggunakan metode *Purposive Sampling*. Periode tahun yang digunakan oleh peneliti adalah tahun 2018-2020 dan dianalisis menggunakan Smart-PLS.

Hasil Penelitian menggunakan SmartPLS pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *Sustainability Report*. Sedangkan variabel *Corporate Social Responsibility* dan *Sustainability Report* tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan serta *Sustainability Report* tidak berhasil menjadi variabel mediasi antara *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility, Sustainability Report, Nilai Perusahaan, Keberlanjutan Perusahaan, Variabel Mediasi*

ABSTRACT

The aim of this research is to examine the mediation effect of *Sustainability Report* on the relationship of *Corporate Social Responsibility* and firm value in Manufacturing Companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2018-2020. This study uses secondary data as many as 181 manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange. Sample selection using purposive sampling method and the sample used is 13 companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the periode 2018-2020 and analyzed using SEM-PLS

The results of the study using SmartPLS in this study indicate that the *Corporate Social Responsibility* variable has a positive and significant influence on the *Sustainability Report*. While the *Corporate Social Responsibility, Sustainability Report* variables have no significant effect on Firm Value and the *Sustainability Report* does not succeed in being a mediating variable between *Corporate Social Responsibility* and Firm Value.

Keywords: *Corporate Social Responsibility, Sustainability Report, Firm Value, Corporate Sustainability, Variable Mediation*

I. PENDAHULUAN

Isu mengenai pemanasan global telah menjadi permasalahan utama bagi masyarakat dikarenakan adanya limbah

hasil produksi perusahaan. Perusahaan memiliki tanggung jawab sosial untuk menjaga kelestarian lingkungan dan kesejahteraan masyarakat sekitar

perusahaan. Secara umum perusahaan dibangun dengan tujuan untuk mendatangkan keuntungan atau laba atas dana yang diinvestasikan serta dapat bertahan dengan kondisi keuangan yang baik. Kondisi keuangan saja tidak cukup untuk menjamin bahwa nilai perusahaan baik dan berkelanjutan. Banyak perusahaan mengeksploitasi sumber daya alam dan sumber daya manusia untuk meningkatkan keuntungan perusahaan.

Keberlanjutan suatu perusahaan dapat diukur dengan melihat laporan keberlanjutan suatu perusahaan. *Sustainability report* merupakan laporan yang mengukur, mengungkapkan dan menunjukkan tanggung jawab perusahaan serta upaya akuntabilitas dari kinerja organisasi dalam mencapai tujuan pembangunan yang berkelanjutan. Dalam dunia usaha di Indonesia perlahan mulai muncul kesadaran berkaitan dengan kebutuhan perusahaan untuk memiliki kesadaran tentang pentingnya *corporate social responsibility* (CSR). Perusahaan harus memandang pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan yang dapat dipublikasikan kepada pemangku kepentingan melalui laporan keberlanjutan.

Untuk menguji pengaruh antara tanggung jawab sosial perusahaan terhadap nilai perusahaan maka peneliti menggunakan beberapa rasio yang dapat dianalisis dari laporan tahunan dan keberlanjutan perusahaan yaitu *Corporate Social Responsibility Index*, *Sustainability Report Disclosure Index*, dan Tobin's q. Penelitian ini menguji pengaruh hubungan antara ketiga variabel pada perusahaan manufaktur periode 2018-2020. Menurut Peraturan OJK no 51 tahun 2017 untuk mewujudkan pembangunan berkelanjutan yang mampu menjaga stabilitas ekonomi

serta bersifat inklusif diperlukan sistem perekonomian nasional yang mengedepankan keselarasan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan hidup sehingga perlu adanya penetapan peraturan untuk penerapan keuangan berkelanjutan bagi lembaga jasa keuangan, emiten, dan perusahaan publik. Dalam peraturan tersebut berisikan bahwa perusahaan publik wajib melaporkan laporan keberlanjutan mulai 1 Januari tahun 2019. Maka dari itu dibuatlah penelitian dengan judul "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan *Sustainability Report* sebagai Variabel Mediasi"

II. TINJAUAN LITERATUR

Teori Stakeholder

Dalam Teori *Stakeholder* dikatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi stakeholdernya (pemegang saham, kreditor, konsumen, *supplier*, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lain). Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut (Ghozali dan Chariri, 2014: 439). Teori *stakeholder* adalah sebuah konsep manajemen strategis, tujuannya adalah untuk membantu korporasi memperkuat hubungan dengan kelompok-kelompok eksternal dan mengembangkan keunggulan kompetitif (Mardikanto, 2014: 68).

Teori Legitimasi

Teori Legitimasi merupakan teori yang menyamakan sebuah persepsi dan asumsi mengenai segala tindakan yang dilakukan perusahaan atau entitas adalah tindakan yang diinginkan, pantas dan sesuai

dengan sistem, nilai, norma, kepercayaan dan definisi yang dikembangkan secara social (Ghozali dan Chariri, 2014: 442) Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa teori legitimasi menjelaskan bahwa sebuah perusahaan perlu memastikan segala tindakan dapat diterima oleh masyarakat dalam arti sesuai dengan nilai dan norma sehingga hal yang dikerjakan dapat di akui dan diterima oleh pihak luar serta mendapat status dari masyarakat untuk keberlangsungan perusahaan sendiri.

Corporate Social Responsibility

Secara teoritis CSR merupakan inti dari etika bisnis dimana suatu perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomis dan legal kepada pemegang saham (*shareholders*), tetapi perusahaan juga mempunyai kewajiban terhadap pihak lain yang berkepentingan (*stakeholders*). *Corporate Social Responsibility* merupakan variabel independen yang didefinisikan sebagai komitmen berkelanjutan perusahaan untuk bertindak etis dan berkontribusi kepada pengembangan ekonomi komunitas setempat ataupun masyarakat luas, bersama dengan peningkatan taraf hidup pekerja beserta keluarganya.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan persepsi yang dimiliki investor terhadap perusahaan dan dikaitkan dengan harga saham. Semakin tinggi harga saham maka makin tinggi pula nilai perusahaan. Hal tersebut terjadi karena nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan kemakmuran bagi pemegang sahamnya. Salah satu hal yang dilihat oleh para investor dalam mengetahui kemakmuran perusahaan adalah dari tinggi rendahnya nilai perusahaan. (Suyonugroho, 2016)

Sustainability Report

Sustainability Report merupakan laporan keberlanjutan yang dibuat oleh perusahaan yang membuat informasi keuangan serta non keuangan seperti aktivitas sosial dan lingkungan. Menurut Peraturan OJK no 51 tahun 2017 untuk mewujudkan pembangunan berkelanjutan yang mampu menjaga stabilitas ekonomi serta bersifat inklusif diperlukan sistem perekonomian nasional yang mengedepankan keselarasan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan hidup sehingga perlu adanya penetapan peraturan untuk penerapan keuangan berkelanjutan bagi lembaga jasa keuangan, emiten, dan perusahaan publik.

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Nahda dan Harjito (2011) CSR merupakan suatu komitmen perusahaan secara penuh dan berkesinambungan yang dilakukan untuk menjalankan bisnisnya sesuai dengan etika dan tanggung jawab sosial yang ada, serta ikut berperan dalam pembangunan ekonomi dengan meningkatkan kesejahteraan para karyawan, komunitas setempat, ataupun masyarakat umum. Pengungkapan CSR merupakan suatu fenomena positif yang diperlukan oleh perusahaan karena menunjukkan peningkatan kesadaran perusahaan jika ingin tumbuh secara berkelanjutan maka perusahaan tidak hanya perlu untuk berorientasi pada profit saja, melainkan juga kesejahteraan masyarakat sekitar dan lingkungan. Menurut Pasaribu (2017) Elkington menyatakan bahwa perusahaan yang baik tidak hanya memburu keuntungan (*profit*), melainkan pula harus

memiliki suatu kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*). Nilai perusahaan sendiri merupakan suatu kinerja perusahaan yang dapat dilihat berdasarkan harga saham yang ditawarkan dalam pasar modal. Berdasarkan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan oleh Pasaribu (2017) menunjukkan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sehingga berdasarkan uraian tersebut hipotesis yang dapat dirumuskan:

H₁: Pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Sustainability Report*

Menurut Nutriastuti (2020) Teori Legitimasi didasarkan atas gagasan bahwa bisnis perusahaan yang beroperasi di masyarakat memiliki kontrak sosial dimana melakukan tindakan yang diinginkan oleh masyarakat sebagai balasan atas diterimanya tujuan perusahaan. Teori ini dapat dihubungkan dengan variabel *Corporate Social Responsibility* yaitu sebagai Pengurangan dari gap legitimasi dengan memperluas wilayah kesesuaian antara operasi perusahaan dengan harapan masyarakat dengan cara melakukan strategi legitimasi dan melakukan pendekatan *social disclosure*. Berdasarkan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan ¹ menunjukkan bahwa Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Sustainability Reporting*

H₂: Pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap *sustainability report*

Pengaruh *Sustainability Report* Terhadap Nilai Perusahaan

Dalam teori *Stakeholder, stakeholder* merupakan pihak internal maupun eksternal seperti masyarakat, pesaing, dan pemerintah yang keberadaannya mempengaruhi maupun dipengaruhi oleh perusahaan (Hadi, ³2011:93) *Sustainability Reporting* berfungsi untuk menginformasikan bagaimana kinerja ekonomi, sosial dan lingkungan perusahaan. Perusahaan perlu untuk mengungkapkan *Sustainability Report* agar dapat memperoleh kepercayaan dari *stakeholder*. *Sustainability Report* merupakan laporan keberlanjutan yang mengungkap dari segi ekonomi, lingkungan, sosial Menurut penelitian yang dilakukan ² oleh Yulianty dan Nugrahanti (2020) pengungkapan *Sustainability Report* berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

H₃: Pengungkapan *sustainability report* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Pengaruh *Sustainability Report* sebagai variabel mediasi antara *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Sustainability Report pada dasarnya adalah suatu laporan keberlanjutan yang memuat tanggung jawab perusahaan, profil perusahaan, dan hal-hal yang perlu di perhatikan oleh *stakeholder*. Menurut Kusuma ⁴(2018) Pengungkapan *Sustainability Report* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2016. *Corporate Social Responsibility* sendiri merupakan tanggung jawab perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan atas pembangunan usaha yang

sudah perusahaan dirikan, sehingga dari CSR yang ditampilkan dapat berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Dzikir, 2020). Berdasarkan beberapa penelitian diatas dapat diambil kesimpulan:

H₄: Pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan *sustainability report* sebagai variabel mediasi

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif yang menekankan pada pengujian data dan menggunakan model-model matematis, teori-teori serta hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam. Dalam penelitian ini digunakan *Purposive Sampling* dan Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terpublikasi pada *website* BEI tahun 2018-2020 dan mengungkapkan laporan keberlanjutan secara berturut-turut. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 181 perusahaan manufaktur yang tidak semua menjadi objek penelitian. Sampel yang digunakan adalah sebanyak 13 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dengan tahun pengamatan selama 3 periode, yaitu tahun 2018-2020. Sehingga diperoleh sebanyak $3 \times 13 = 39$ sampel penelitian.

Variabel	Pengukuran	Skala
X <i>Corporate Social Responsibility</i>	$CSR = \sum \frac{Xi}{n}$	Rasio
Z <i>Sustainability Reporting</i>	$SRI = \frac{n}{k}$	Rasio
Y Nilai Perusahaan	$Q = \frac{ME + DEBT}{TA}$	Rasio

Sumber: Rumus Variabel Ditusun Oleh Peneliti

Tabel 1. Pengukuran Variabel Penelitian

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian inner model didasarkan pada hasil *R-Square* (R^2). Berikut nilai R^2 yang diperoleh dalam penelitian ini:

Uji Inner Model

a. *R-Square* (R^2)

Tabel 2. Nilai *R-Square* (R^2)

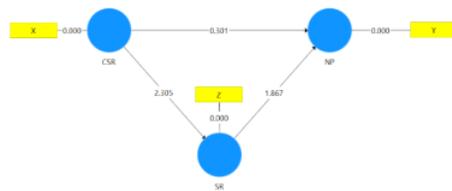
	<i>R Square</i>
Nilai Perusahaan	0,084
<i>Sustainability Report</i>	0,146

Sumber: Data Diolah Peneliti pada SmartPLS versi 3

Berdasarkan Nilai *R-square* diatas menunjukkan bahwa nilai koefisien dari Nilai Perusahaan yang dihasilkan dari nilai *R-square* sebesar 0,084 yang memiliki arti sebagai konstruk Nilai Perusahaan yang dapat dijelaskan oleh konstruk *Sustainability Report*, *Corporate Social Responsibility*, sebesar 8,4%. Kemudian nilai *Sustainability Report* sebesar 0,146 yang memiliki konstruk *Sustainability Report* yang dapat dijelaskan oleh konstruk *Corporate Social Responsibility* sebesar 14,6%. Pada variabel laten endogen dalam model structural mengidentifikasi bahwa model lemah. Sedangkan 85,4 % dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

Uji Hipotesis digunakan oleh peneliti untuk mengetahui pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Berikut adalah tampilan diagram jalur hasil *ouput Bootstrapping Partial Least Square* (PLS)



Gambar 1. Output Path Model PLS

Sumber : Data Diolah Peneliti dari PLS

nabily Report > Nilai Perush aan					
---	--	--	--	--	--

Sumber: Data Diolah Peneliti dari SmartPLS versi 3

Tabel 3. Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Variabel	Original Sample (β)	Standard Deviation	T Statistic	P Value	Keterangan
H ₁	Corporate Social Responsibility > Nilai Perusahaan	-0,029	0,095	0,301	0,764	Tidak Berpengaruh
H ₂	Corporate Social Responsibility > Sustainability Report	0,382	0,166	2,305	0,022	Berpengaruh Positif
H ₃	Sustainability Report > Nilai Perusahaan	0,300	0,161	1,867	0,063	Tidak Berpengaruh
H ₄	Corporate Social Responsibility > Sustainability	0,115	0,082	1,404	0,161	Tidak Berpengaruh

Dari Uji Hipotesis yang dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan program *Partial Least Square* (PLS) tersebut, maka diperoleh hasil yang menunjukkan pengaruh dari setiap variabel independen terhadap variabel dependennya adalah sebagai berikut:

- Berdasarkan hasil dari perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan program *Partial Least Square* (PLS) menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* memiliki nilai T-statistik sebesar $0,301 < 1,96$ dan nilai P value sebesar $0,764 > 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Sehingga, **Hipotesis 1 (H₁) dalam penelitian ini tidak diterima.**
- Berdasarkan hasil dari perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan program *Partial Least Square* (PLS) menunjukkan bahwa Dapat disimpulkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap *Sustainability Report*. Sehingga, **Hipotesis 2 (H₂) dalam penelitian ini diterima.**
- Berdasarkan hasil dari perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan program *Partial Least Square* (PLS) menunjukkan bahwa Variabel *Sustainability Report* memiliki nilai T-statistik sebesar $1,867 < 1,96$ dan nilai P value sebesar $0,063 > 0,05$. Dapat

disimpulkan bahwa variabel *Sustainability Report* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Sehingga, **Hipotesis 3 (H₃) dalam penelitian ini tidak diterima.**

- d. Berdasarkan hasil dari perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan program *Partial Least Square* (PLS) menunjukkan bahwa Variabel *Sustainability Report* memiliki nilai T-statistik sebesar $1.404 < 1,96$ dan nilai P value sebesar $0,161 > 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa variabel *Sustainability report* tidak dapat menjadi mediasi (*No Mediation*) antara *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan. Sehingga, **Hipotesis 4 (H₄) dalam penelitian ini tidak diterima.**

Interpretasi Hasil Penelitian

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Periode 2018-2020

Hasil penelitian ini diperoleh dengan pengajuan hipotesis antara *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur periode 2018-2020 yang memiliki nilai T-statistik sebesar $0,301 < 1,96$ dan nilai P value sebesar $0,764 > 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Hasil Penelitian ini sesuai dengan Mustofa dan Suaidah (2020) dengan hasil penelitian *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan disebabkan Hal ini diduga karena adanya UU tentang perseroan terbatas No.40 tahun 2007 tentang perihal pelaksanaan CSR. Sehingga investor merasa tidak perlu

melihat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan, karena perusahaan akan melakukan tanggung jawab sosialnya untuk memenuhi peraturan pemerintah. Namun hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Machmuddah (2020) dengan penelitian yang berjudul *Corporate Social Responsibility, Profitability and Firm Value: Evidence from Indonesia* dan penelitian dari Widati dan Salsiyah (2018) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan.

Dalam praktik pengungkapan *Corporate Social Responsibility* fokus kegiatan perusahaan berbasis lingkungan dan sosial sehingga tidak dapat menjadi tolak ukur bagi investor dalam membeli saham. Sehingga dalam hal ini harga saham beredar dan jumlah saham yang dipengaruhi oleh perilaku investor tidak dipengaruhi oleh adanya kegiatan *Corporate Social Responsibility*. Dengan demikian hasil pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Sustainability Report* pada Perusahaan Manufaktur Periode 2018-2020

Hasil penelitian ini diperoleh dengan pengajuan hipotesis antara *Corporate Social Responsibility* terhadap *Sustainability Report* pada Perusahaan Manufaktur periode 2018-2020 yang menunjukkan memiliki nilai T-statistik sebesar $2.305 > 1,96$ dan nilai P value sebesar $0,022 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap *Sustainability Report*.

Hasil *output Corporate Social Responsibility* ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Nutriastuti dan Annisa (2020) yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap *Sustainability Report*. *Corporate Social Responsibility* merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan dalam kegiatan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa semakin besar pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang ada di perusahaan maka hasil pengungkapan *Sustainability Report* yang terjadi juga besar.

1 Pengaruh *Sustainability Report* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Periode 2018-2020

Hasil yang diperoleh dengan pengajuan hipotesis antara *Sustainability Report* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur periode 2018-2020 yang menunjukkan memiliki nilai T-statistik sebesar $1,867 < 1,96$ dan nilai P value sebesar $0,063 > 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa variabel *Sustainability Report* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Hasil *output Sustainability Report* sesuai dengan hasil penelitian dari Sejati dan Prastiwi (2015) yang menyatakan bahwa pengungkapan *sustainability report* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Akan tetapi, hasil penelitian ini tidak sesuai dengan yang dilakukan oleh Kusuma (2018) bahwa *Sustainability Report* berpengaruh pada Nilai Perusahaan.

4 Alasan tidak adanya signifikansi atas pengaruh pengungkapan *Sustainability Report* terhadap nilai perusahaan bisa disebabkan karena investor lebih tertarik

membeli saham pada perusahaan yang menghasilkan laba sesuai dengan harapan dan tidak memperdulikan adanya pengungkapan *Sustainability Report*. Pada penelitian ini sampel tidak mencerminkan bahwa perusahaan yang menerbitkan *Sustainability Report* memiliki nilai Tobin's Q yang lebih baik dibandingkan perusahaan yang tidak menerbitkan *Sustainability Report*.

1 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan *Sustainability Report* sebagai variabel mediasi pada Perusahaan Manufaktur Periode 2018-2020

Hasil yang diperoleh dengan pengajuan hipotesis antara *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan *Sustainability Report* sebagai variabel mediasi, pada Perusahaan Manufaktur periode 2018-2020 yang menunjukkan memiliki nilai T-statistik sebesar $1,404 < 1,96$ dan nilai P value sebesar $0,161 > 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan dengan *Sustainability Report* sebagai variabel mediasi.

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan dikarenakan adanya kemungkinan bahwa investor belum memperhatikan pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan dengan pembelian saham dari suatu perusahaan. Serta adanya *Sustainability Report* belum mempengaruhi investor untuk mempertimbangkan investasi dari suatu perusahaan dikarenakan faktor yang mempengaruhi perilaku investor tidak didasarkan pada pengungkapan laporan keberlanjutan. Hasil

ini dapat dijelaskan dengan banyak perusahaan yang nilai pengungkapannya *Sustainability Report* rendah tetapi memiliki Nilai Perusahaan yang cukup baik.

V. SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh mediasi variabel *Sustainability Report* pada variabel *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan menggunakan data perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap *Sustainability Report* dan *Sustainability Report* tidak dapat menjadi variabel mediasi antara *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah 1) nilai R^2 yang kecil yang menunjukkan bahwa variabel independen yang dipilih belum dapat menjelaskan pengaruhnya pada variabel dependen yaitu Nilai Perusahaan. 2) Jumlah sampel yang kecil dikarenakan pada masa observasi penelitian belum banyak perusahaan yang menyusun *sustainability report*.

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut: 1) Bagi Perusahaan diharapkan dengan adanya penelitian ini pihak manajemen perusahaan atau para pemangku kepentingan yang berada di perusahaan dapat memahami lebih mengenai laporan keberlanjutan dan kepentingan dari tanggung jawab perusahaan bagi keberlanjutan suatu perusahaan dan lingkungan sekitar

perusahaan. 2) Bagi Pemerintah dapat lebih memperhatikan kembali tentang peraturan perundang-undangan yang mengatur mengenai tanggung jawab perusahaan dan hal-hal mengenai laporan perusahaan. 3) Bagi Peneliti Selanjutnya berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa hanya terdapat satu variabel yang berpengaruh signifikan sehingga peneliti memberikan saran agar peneliti selanjutnya data menambahkan variabel lainnya yang memungkinkan untuk berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan dan dapat menjadi variabel mediasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adila & Syofyan. (2016). Pengaruh Corporate Governance dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sustainability Report: Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI tahun 2010-2014 Volume 4 No. 2.
- Arum & Puspitaningrum. (2012) Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sustainability Reporting. Skripsi. Jurusan Akuntansi, Universitas Negeri Padang
- Agustina, D. (2017). Pengaruh Corporate Governance dan Variable Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*. Vol. 19, N0. 1.
- Azheri B. (2011). *Corporate Social Responsibility: Dari Voluntary Menjadi Mandatory*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Chariri, Anis. & Ghozali, I. (2014). *Teori Akuntansi International Financial Reporting Standards*. Semarang:

- Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Deriyaso, I. (2014). Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). Skripsi. Universitas Diponegoro Semarang
- Effendi, I.A. (2016). "Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan". Skripsi. Jurusan Akuntansi, FEB, UMS
- Ghozali & Chariri. (2014). *Teori Akuntansi Internasional Financial Reporting System (IFRS)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hadi, Nor. (2011). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hair *et al.* (2017). *A Primer on Partial Least Square Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) second Edition*. London. SAGE
- Joseph F. Hair, Jr *et al.* (2017), *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*.
- Karina & Setiadi (2020). Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan dengan GCG Sebagai Variabel Pemoderasi. Volume 6, No 1. UMB Yogyakarta
- Kristiani, D.A. (2019). Pengaruh Mediasi Pengungkapan *Sustainability Report* Terhadap Hubungan Pengungkapan *Enterprise Risk Management* dan Nilai Perusahaan. Skripsi. Universitas Airlangga.
- Kusuma, A.W. (2018). Pengaruh Pengungkapan *Sustainability Report* dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi Pada Perusahaan Yang Bergabung di Issi dan Konvensional Periode 2014-2016. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Machmuddah, Z, Sarf, D.W, Utomo, St.D (2020), *Corporate Social Responsibility, Profitability and Firm Value: Evidence from Indonesia. Journal of Asian Finance, Economics and Business Vol 7 No 9 pp. 631-638.*
- Mardikanto, T. (2014). *CSR (Corporate Social Responsibility): Tanggungjawab Sosial Korporasi*. Bandung: Alfabeta.
- Muawanah & Hayati. (2019). Analisis Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan: Dampak Variabel Kontekstual. *E-Jurnal Universitas Gajayana Malang* Volume 12, No. 1.
- Mustofa & Suaidah. (2020). Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Cendikia Akuntansi* Volume 1, No. 2.
- Nutriastuti & Annisa, D. (2020). Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Kualitas Audit Dan Ukuran Perusahaan Terhadap *Corporate Sustainability Reporting*. *E- Jurnal Akuntansi Berkelanjutan Indonesia* Vol. 3, No. 2.
- Sejati, B.P & Prastiwi, A. (2015). Pengaruh Pengungkapan *Sustainability Report* terhadap Kinerja dan Nilai perusahaan. *E-jurnal Diponegoro Journal of Accounting*, Volume 4, No. 1, 1-12.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.

- Suryonugroho, B. (2016). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan dengan Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajemen, dan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderating. Skripsi. Fakultas Ekonomi, UNY
- Widati, S. & Salsiyah, S. (2018), Juni. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Agrikultur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. E-Jurnal Akuntansi Bisnis Pelita Bangsa Volume 3, No.1
- Yulianty & Nugrahanti. (2020), Januari. Pengaruh Sustainability Reporting Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening Volume 4, No.1 2020
- Global Reporting Initiative, (2010), GRI dan ISO 26000: Bagaimana Menggunakan Panduan GRI Bersama dengan ISO 26000
- Global Reporting Initiative. (2013). Sustainability Reporting Guidelines.
- Global Reporting Initiative, (2016), Rangkaian Standar Pelaporan Keberlanjutan GRI 2016 Terkonsolidasi

PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN SUSTAINABILITY REPORT SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

ORIGINALITY REPORT

22%

SIMILARITY INDEX

23%

INTERNET SOURCES

7%

PUBLICATIONS

%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

repository.widyakartika.ac.id

Internet Source

13%

2

repository.radenintan.ac.id

Internet Source

2%

3

eprints.uny.ac.id

Internet Source

2%

4

repository.ubaya.ac.id

Internet Source

2%

5

jurnal.polibatam.ac.id

Internet Source

2%

6

journal.ubm.ac.id

Internet Source

2%

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%