

**PENGARUH PENERAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN**

*(Studi Empiris Pada Perusahaan Logistik dan Transportasi yang Terdaftar di Bursa
Efek Indonesia Tahun 2018-2022)*

SKRIPSI

*Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang*



Oleh :

AIDIL PUTRA PRATAMA
(22043157)

**PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI
FALKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

2024

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH PENERAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)

TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

(Studi Empiris Pada Perusahaan Logistik dan Transportasi yang Terdaftar di

Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022)

Nama : Aidil Putra Pratama
NIM/TM : 22043157 / 2022
Keahlian : Akuntansi Keuangan dan Pasar Modal
Falkultas : Ekonomi dan Bisnis

Padang, 10 Juni 2024

Disetujui Oleh :

Mengetahui,

Ketua Program Studi Akuntansi

Pembimbing



Dr. Eka Fauzihardani, SE, M.Si, Ak
NIP. 19710522 200003 2 001



Vanica Sherly, SE, M.Si
NIP. 19861229 201504 2 002

HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

*Dinyatakan lulus setelah dipertahankan didepan tim penguji Skripsi Jurusan
Akuntansi Falkultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*

Judul : *PENGARUH PENERAPAN CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN*

Nama : Aidil Putra Pratama

NIM/TM : 22043157 / 2022




Program Studi : Akuntansi

Keahlian : Akuntansi Keuangan dan Pasar Modal

Falkultas : Ekonomi dan Bisnis

Padang, 10 Juni 2024

Tim Penguji

No	Jabatan	Nama	Tanda Tangan
1	Ketua	Vanica Sherly, SE, M.Si.	1. 
2	Anggota	Dr. Deviani, SE., Ak., M.Si.	2. 
3	Anggota	Mia Angelina Setiawan, SE., M.Si.	3. 

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Aidil Putra Pratama
NIM / TM : 22043157 / 2022
Tempat / Tanggal Lahir : Padang / 14 Maret 2000
Jurusan : Akuntansi
Falkultas : Ekonomi dan Bisnis
Alamat : Komp. Jondul V Blok J No. 4, Tabing, Padang
No. Hp : 081267979040
Judul Skripsi : Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility*
(CSR) Terhadap Nilai Perusahaan

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya tulis/skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik (sarjana), baik di UNP maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis/skripsi ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Pada karya tulis/skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain yang telah ditulis atau dipublikasikan kecuali secara eksplisit dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan cara menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Karya tulis/ skripsi ini sah apabila telah di tanda tangani asli oleh tim pembimbing, tim penguji dan ketua jurusan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pertanyaan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karna karya tulis/skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Padang, 10 Juni 2024

Yang menyatakan



Aidil Putra Pratama

NIM. 22043157

ABSTRAK

Pratama, Aidil Putra (22043157)

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

Pembimbing : Vanica Sherly, SE, M.Si.

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

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

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis sampaikan kepada Allah Subhanahu wa ta'ala atas segala rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan kemudahan pada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Logistik dan Transportasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2022)”. Skripsi ini juga merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis tidak lepas dari bimbingan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak sehingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua penulis, yang selalu memberikan dukungan dan semangat yang luar biasa kepada penulis, serta selalu memberikan do'a yang terbaik untuk penulis tiada hentinya.
2. Ibu Vanica Serly, SE, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan dukungan, bimbingan, arahan, masukan, motivasi serta ilmu kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Dr. Deviani, SE., Ak., M.Si. dan Ibu Mia Angelina Setiawan, SE., M.Si. selaku dosen penguji 1 dan penguji 2 yang telah memberikan masukan pada penelitian ini

4. Ibu Sany Dwita, SE, M.Si, Ph.D, Ak, CA selaku dosen pembimbing akademik yang telah banyak memberikan ilmu kepada penulis berupa saran dan masukan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Dr. Eka Fauzihardani, SE, M.Si, Ak. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
6. Bapak dan Ibu dosen serta karyawan/karyawati Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang.
7. Bapak dan Ibu Admin Program Studi yang sudah membantu mempersiapkan berbagai kebutuhan penulis.
8. *Partner*, sahabat, rekan-rekan penulis dan juga teman-teman kampus S1 Akuntansi Transfer angkatan terakhir “*The Last Standing*” 2022, yang sudah berjuang bersama-sama dan saling memberi semangat selama proses perkuliahan hingga proses penyusunan skripsi.
9. Seluruh pihak yang sudah memberikan semangat, bimbingan, arahan dan masukan kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini bisa memberikan manfaat bagi para pembaca, semoga selalu diberikan nikmat, berkah dan keselamatan dunia dan akhirat atas ridho Allah Subhanahu wa ta’ala. Aamiin ya rabbal ‘alamiin.

Padang, Juni 2024

Penulis,
Aidil Putra Pratama
22043257

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	vii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	12
BAB II.....	13
KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HOIPOTESIS	13
A. Kajian Teori.....	13
1) Teori Stakeholder (<i>Stakeholder Theory</i>).....	13
2) Nilai Perusahaan	16
3) <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	22
B. Penelitian Terdahulu yang Relevan	28
C. Pengembangan Hipotesis.....	35
D. Kerangka Konseptual	37
BAB III.....	38
METODE PENELITIAN	38
A. Jenis Penelitian.....	38
B. Populasi Dan Sampel.....	38
C. Jenis Data, Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	41
D. Variabel Penelitian dan Pengukuran	42
E. Teknik Analisis Data	46
F. Definisi Operasional.....	53
BAB VI	54
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	54
B. Deskripsi Variabel Penelitian	56

C. Teknik Analisis Data.....	61
D. Pembahasan	80
BAB V.....	87
PENUTUP.....	87
A. Kesimpulan.....	87
B. Keterbatasan.....	87
C. Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA	89
DAFTAR LAMPIRAN.....	94

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Tahap-tahap pengambilan sampel penelitian.....	40
Tabel 3. 2 Daftar Perusahaan Sampel Penelitian.....	41
Tabel 4. 1 Data perhitungan Nilai Perusahaan	57
Tabel 4. 2 Data pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	60
Tabel 4. 3 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	62
Tabel 4. 4 Hasil Uji Normalitas.....	66
Tabel 4. 5 Hasil Uji Multikolinearitas	67
Tabel 4. 6 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	67
Tabel 4. 7 Hasil Uji Autokolerasi.....	68
Tabel 4. 8 Hasil Uji Model.....	69
Tabel 4. 9 Hasil Uji Regresi	70
Tabel 4. 10 Hasil Uji F Simultan.....	71
Tabel 4. 11 Hasil Uji Regresi Parsial (Uji t)	72
Tabel 4. 12 Hasil Uji Model (ROA)	73
Tabel 4. 13 Hasil Uji Model (ROE).....	74
Tabel 4. 14 Hasil Uji Model (NPM).....	74
Tabel 4. 15 Hasil Uji Regresi (ROA).....	75
Tabel 4. 16 Hasil Uji Regresi (ROE)	76
Tabel 4. 17 Hasil Uji Regresi (NPM)	76
Tabel 4. 18 Hasil Uji F Simultan (ROA)	77
Tabel 4. 19 Hasil Uji F Simultan (ROE).....	77
Tabel 4. 20 Hasil Uji F Simultan (NPM).....	78
Tabel 4. 21 Hasil Uji Regresi Parsial (Uji t) (ROA).....	78
Tabel 4. 22 Hasil Uji Regresi Parsial (Uji t) (ROE).....	79
Tabel 4. 23 Hasil Uji Regresi Parsial (Uji t) (NPM)	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Rata-Rata Harga Saham Perusahaan Logistik dan Transportasi di BEI Tahun 2018-2022.....	3
Gambar 2 Kerangka Konseptual.....	37

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Indikator Pengungkapan CSR Berdasarkan GRI Versi 4.0.....	94
Lampiran 2 : Daftar Nama Perusahaan Sampel Penelitian	100
Lampiran 3 : Analisis Konten (<i>Content Analyze</i>) Pengungkapan CSR.....	101

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan meningkatnya persaingan bisnis di masa globalisasi yang sedang berlangsung, perusahaan tidak dapat dipisahkan dari dampak perubahan lingkungan, keuangan, sosial dan politik serta peningkatan inovasi yang cepat. Oleh karena itu, perusahaan perlu memahami dan mencermati berbagai peluang yang ada agar dapat mengawasi kinerja para eksekutif dengan baik, mulai dari area produksi, area SDM, area periklanan, dan area keuangan agar organisasi dapat menyaingi para pesaingnya (Pratama & Wiksuana, 2019).

Persaingan bisnis yang semakin ketat juga mengharuskan perusahaan untuk dapat mengembangkan pelaksanaan operasional dan meningkatkan produk dan layanan mereka menjadi lebih agresif. Namun untuk mencapai hal tersebut, maka diperlukan aset atau modal tambahan (Pratama & Wiksuana, 2019). Dalam hal ini, salah satu cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah dengan menjual penawaran kepemilikannya ke pasar modal seperti Perdagangan saham di Bursa Efek Indonesia (BEI) (Permana & Wirawati, 2018).

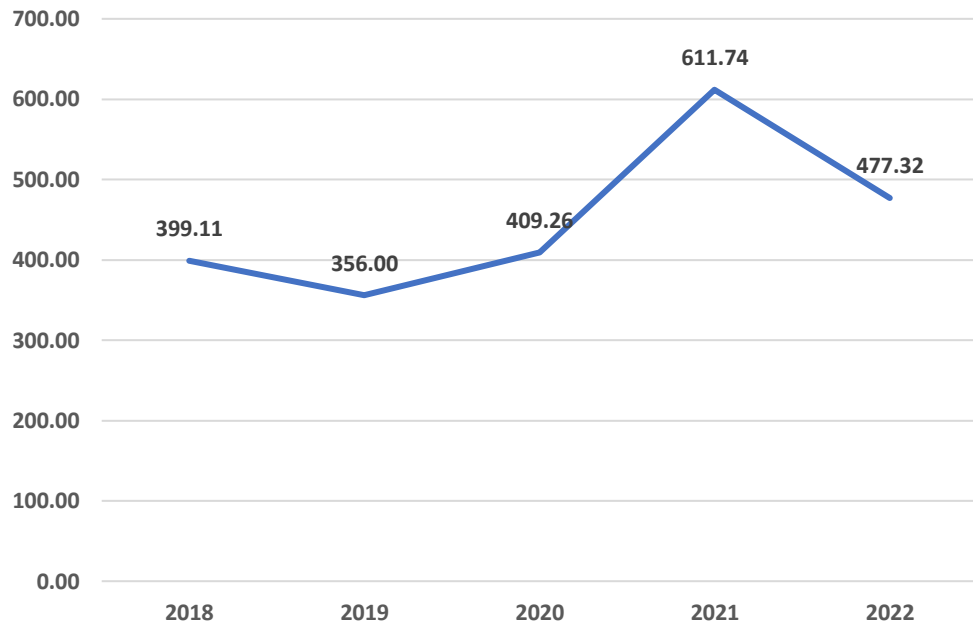
Penawaran penjualan kepemilikan ke pasar pasar modal hanya dapat dilakukan oleh perusahaan yang telah melakukan IPO (*Initial Public Offering*). Penjualan kepemilikan yang dilakukan oleh perusahaan direncanakan untuk mendapatkan tambahan aset, sehingga sewaktu-waktu dapat meningkatkan nilai perusahaan. (Fahmi, 2015) mengungkapkan bahwa nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan dalam

mengelola sumber daya pada akhir tahun berjalan yang tercermin pada harga saham perusahaan. Nilai perusahaan menjadi salah satu indikator utama yang dilihat oleh investor, karena nilai perusahaan dapat menggambarkan suatu keberhasilan manajemen perusahaan dalam mengelola kekayaan para pemegang saham. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan, begitu juga sebaliknya semakin rendah harga saham, maka semakin rendah pula nilai perusahaan tersebut (James Sianturi, 2020). Nilai perusahaan dapat tercermin dalam kinerja dari perusahaan itu sendiri yang dapat mempengaruhi kesan investor dalam menanamkan modalnya pada perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi dapat menggambarkan kondisi kinerja perusahaan yang bagus sehingga akan menyebabkan investor dapat menaruh kepercayaan pada asumsi-asumsi yang terjadi selanjutnya (Dendi dkk., 2020).

Dari penjelasan diatas disimpulkan bahwa perusahaan yang telah *go public* atau IPO (*Initial Public Offering*) agar dapat bersaing dengan pesaingnya, perusahaan harus mengelola kekayaan dan aset mereka dengan baik. (Cecilia & Torong, 2015) mengungkapkan bahwa nilai perusahaan sangat penting bagi para investor keuangan dalam mensurvei serta menganalisis perusahaan, karena nilai perusahaan merupakan penanda kemajuan suatu perusahaan sehingga menjadi pertimbangan bagi para investor dalam pengelolaan kekayaan mereka. Dengan meningkatkan nilai perusahaan, yang tercermin dalam tingginya harga saham suatu perusahaan, investor akan lebih percaya pada pengelolaan keuangan yang dilakukan. Karena selain nilai perusahaan yang mampu menggambarkan kinerja yang baik, nilai perusahaan juga dapat

menggambarkan banyaknya peluang kekayaan serta manfaat di masa depan perusahaan tersebut. (Sugiarti dkk., 2016).

Gambar 1 : Rata-Rata Harga Saham Perusahaan Logistik dan Transportasi di BEI Tahun 2018-2022



Grafik diatas merupakan rata-rata harga saham perusahaan logistik dan transportasi yang terdaftar di BEI dari tahun 2018-2022 yang diambil menggunakan *Closing Price* dari tahun tersebut. Dari grafik diatas dapat dilihat bahwa rata-rata harga saham perusahaan logistik dan transportasi yang terdaftar di BEI mengalami ketidakstabilan dan menurun pada tahun 2022. Pada tahun 2018 rata-rata harga saham perusahaan logistik dan transportasi berada pada angka 399,11 lalu menurun sebesar -10,80% ke harga rata-rata 356,00. Kemudian naik sebesar 14,96% ke harga rata-rata 409,26 pada tahun 2020. Hal ini menandakan bahwa adanya pandemi Covid-19 tidak memiliki pengaruh terhadap harga saham perusahaan sektor logistik dan transportasi di Indonesia, kemudian rata-rata harga saham naik sebesar 49,47% ke harga rata-

rata 611,74 pasca pandemi COVID-19 hingga pada tahun 2022, harga rata-rata saham mengalami penurunan sebesar 21,97% di harga rata-rata 477,32. Jika dilihat dari tahun 2022, maka harga tersebut justru mendekati harga rata-rata pada tahun 2018 dimana hal ini menjadi perhatian bagi investor dalam mempertimbangkan keputusannya untuk menginvestasikan modalnya pada sektor logistik dan transportasi di Indonesia.

Salah satu cara perusahaan agar dapat meningkatkan nilai perusahaan adalah dengan memberikan pengungkapan terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan atau *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Menurut (Mardikanto Totok, 2018) *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah gagasan organisasi yang mengkoordinasikan kepentingan sosial dan lingkungan dalam kegiatan bisnis dan bekerja sama dengan mitra secara konsisten sehingga mendorong pencapaian bisnis yang layak. Istilah *Corporate Social Responsibility (CSR)* umum dikenal oleh masyarakat, karena kemajuan yang dikembangkan dan inovasi dalam organisasi yang mempengaruhi pelaksanaan fungsional dan kewajiban sosial perusahaan yang semakin maju dan kompleks.

Corporate Social Responsibility (CSR) mulai dilaksanakan oleh negara maju, misalnya Inggris pada tahun 1950-an. Pada tahun itu, organisasi modern dipandang sebagai sumber permasalahan sosial seperti kekacauan para buruh, kemiskinan, pekerja anak dan perempuan, serta pemukiman kumuh di sekitar pabrik. Oleh karena itu, timbulah konspirasi bantuan pemerintah yang bertujuan untuk mencegah permasalahan pekerjaan dan alam lingkungan dengan melakukan tindakan-tindakan yang disebut sebagai bisnis dan sosial, yang sekarang dikenal dengan istilah *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Saat ini, dampak kegiatan bisnis suatu organisasi dirasakan tidak hanya berlaku bagi individu yang berhubungan langsung dengan perusahaan tersebut, namun juga masyarakat dan lingkungan (Barokah, 2020). Secara umum, CSR cenderung dilihat sebagai kepedulian organisasi terhadap *stakeholder*-nya. Hafez, (2016) mengungkapkan bahwa CSR adalah komitmen organisasi untuk bertanggung jawab atas dampak pilihan dan tindakannya terhadap masyarakat dan lingkungan melalui cara perilaku transparan dan etis yang konsisten dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat dengan mempertimbangkan harapan dari para *stakeholder*.

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

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan isu yang umum dibicarakan oleh perusahaan karena menyangkut tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan dan sosial masyarakat. Pemberlakuan Kewajiban Sosial

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

Meskipun demikian, peraturan ini belum cukup kuat untuk menjadi suatu landasan terkait pelaksanaan CSR bagi perusahaan yang beroperasi di Indonesia serta menimbulkan diskriminasi bahwa hanya perusahaan yang bergerak di bidang sumber daya alam saja yang di bebani kewajiban atas pengungkapan CSR tersebut. Yuman Nur Rozak (2021) mengungkapkan bahwa perusahaan yang tidak berhubungan langsung dengan pemanfaatan sumber daya alam juga dapat mempengaruhi dampak bagi lingkungan dan sosial di sekitar aktivitas operasional perusahaan. Seperti perusahaan yang bergerak pada sektor logistik dan transportasi yang dapat menimbulkan polusi dan penggunaan bahan bakar fosil yang tidak dapat terkendali, kurangnya kesadaran perusahaan akan pentingnya penciptaan lingkungan yang bersih serta penempatan aktivitas kegiatan operasional yang berdekatan dengan pemukiman masyarakat lokal. Jika mengacu pada peraturan internasional ISO 26000 yang menjadi pedoman standarisasi penerapan CSR bertaraf

Internasional, menyatakan bahwa pelaksanaan CSR diwajibkan bagi seluruh bentuk dan jenis organisasi yang ada karena berkaitan dengan isu keberlanjutan. (Kusnadewi & Dharma Suputra, 2021) menyatakan bahwa program *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara tegas dibuat dalam peraturan agar perusahaan dapat menjauhkan diri dari pilihan-pilihan yang dapat merugikan masyarakat dan lingkungan demi keuntungan perusahaan itu sendiri. Program CSR dibuatkan dalam undang-undang khusus dimaksudkan agar ada peraturan yang jelas mengenai lingkup dari *Corporate Social Responsibility* (CSR). Oleh karena itu, program CSR digolongkan sebagai suatu program penting serta menekankan kewajiban bagi semua jenis dan sektor perusahaan untuk memasukkan laporan CSR dalam catatan mereka (Putranto & Kewal, 2017).

Beberapa perusahaan di Indonesia yang bergerak pada sektor logistik dan transportasi di Indonesia tidak menjalankan program CSR dengan tepat. Salah satunya adalah perusahaan WEHA Transportasi Indonesia Tbk. yang melantai di bursa saham sejak 31 Mei 2007. Perusahaan ini tidak lagi menerbitkan laporan tahunan mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaannya dari tahun 2020 sampai tahun 2024. Hal yang sama juga terjadi pada perusahaan Armada Berjaya Trans Tbk. yang hanya melaporkan tanggung jawab sosialnya pada tahun 2020. Selain kedua perusahaan yang disebutkan, beberapa perusahaan yang tidak menerbitkan laporan tahunan yang berisikan tanggung jawab sosial perusahaan, seperti Pelayaran Nelly Dwi Putri Tbk, Trimuda Nuansa Citra Tbk dan Dewata Freight International Tbk. Hal ini bertentangan dengan peraturan pasal 74 ayat (1) UU 40 tahun 2007

mengenai penyajian *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia. Disisi lain, meskipun mengalami kerugian pada tahun 2021, Garuda Indonesia (Persero) Tbk. tetap menjaga komitmennya dalam melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Dilansir pada situs (www.garuda-indonesia.com/id) dalam upayanya untuk mendukung kelestarian lingkungan, Garuda Indonesia (Persero) Tbk. mengembangkan konsep *Garuda Indonesia Green Airline* yang direalisasikan melalui keterlibatannya sebagai salah satu founding member *Indonesia Business Council for Sustainable Development* (IBCSD). Kemudian, Garuda Indonesia (Persero) Tbk. juga tetap konsisten dalam menjalankan program TJSL (Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan) yang terdiri dari pendanaan UMK dan non UMK mengucurkan dana sebesar Rp2,64 Miliar pada tahun 2021 (www.garuda-indonesia.com/id).

Pengambilan keputusan investasi oleh para investor bergantung pada beberapa faktor yang mempengaruhi nilai suatu perusahaan, antara lain faktor internal, misalnya peningkatan kinerja perusahaan, keuntungan yang diperoleh perusahaan dalam suatu periode, arus kas perusahaan, laporan CSR perusahaan yang dirincikan sebagai verifikasi kepedulian perusahaan tentang lingkungan dan masyarakat, serta sumber modal dapat diperoleh organisasi. Kemudian dari faktor eksternal, misalnya, perkembangan inflasi dalam suatu periode, nilai pertukaran mata uang, pergerakan keuangan dunia, serta dampak politik dari suatu negara. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu komponen yang akan dianalisis dalam penelitian ini. Karena perusahaan yang melaksanakan CSR dianggap mempunyai kredibilitas dan mampu menghadapi

dampak kegiatan operasionalnya dengan tetap menjaga keberlanjutan sekaligus menyesuaikan kepentingan ekonomi, sosial dan lingkungan.

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

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

tidak efektif terhadap perusahaan kelompok kecil dan usia yang muda karena kurangnya sumber daya keuangan, pengalaman, reputasi dan sebagainya.

Penelitian ini mengacu pada teori *stakeholder (Stakeholder Theory)* yang ditemukan oleh R. E. Freeman (1984) merupakan teori yang menggambarkan kepada siapa saja perusahaan akan mempertanggung-jawabkan aktivitas operasinya. Teori ini menyatakan bahwa organisasi bukan hanya beroperasi untuk keuntungan mereka sendiri, akan tetapi juga dapat memberikan manfaat kepada semua *stakeholder* seperti investor, para kreditur, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, dan pihak-pihak lainnya. Teori *stakeholder* juga dapat membantu para pemimpin perusahaan dalam memahami keadaan *stakeholder* mereka. Pemahaman yang luas terhadap teori *stakeholder* adalah sebagai penolong dan bantuan bagi pengelola perusahaan dalam meningkatkan nilai kegiatan organisasi dan mengurangi dampak kerugian yang dialami *stakeholder*. Laporan mengenai kinerja yang baik akan meningkatkan kredibilitas organisasi dan juga menjadi perhatian besar bagi para investor.

Berdasarkan uraian latar belakang dan penelitian terdahulu maka ditemukan gap serta hasil penelitian yang masih belum konsisten. Pada penelitian ini akan menguji kembali apakah *Corporate Social Responsibility (CSR)* mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan. Perbedaan yang mendasar dari penelitian ini terletak pada sampel dan tahun penelitian yang digunakan. Penelitian ini menggunakan sampel dari Perusahaan Logistik dan Transportasi yang terdaftar di BEI periode 2018-2022. Alasan peneliti menggunakan perusahaan sektor logistik dan transportasi karena pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* memiliki dampak

signifikan terhadap lingkungan seperti penggunaan bahan baku, bahan bakar fosil dan polutan. Dengan begitu penerapan CSR perusahaan dapat membantu mengurangi dampak negatif dari perusahaan terhadap lingkungan dan memberikan praktik yang lebih ramah terhadap lingkungan.

Kemudian, peneliti akan melihat bagaimana pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan logistik dan transportasi untuk meningkatkan reputasinya dan menarik investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan. Pelaksanaan CSR menunjukkan komitmen perusahaan dalam mengintegrasikan sosial dan lingkungan dalam aktivitas operasionalnya baik perusahaan tersebut dalam keadaan sehat secara finansial maupun mengalami kerugian seperti yang dialami oleh perusahaan Garuda Indonesia (Persero) Tbk. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengangkat judul penelitian **“Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan” (Studi Empiris Pada Perusahaan Logistik dan Transportasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022).**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan landasan permasalahan yang dijelaskan di atas, maka rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah: Apa pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan Logistik dan Transportasi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2018-2022 ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka tujuan kajian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social*

Responsibility (CSR) terhadap Nilai Perusahaan Logistik dan Transportasi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2018-2022.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang didapatkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Sebagai metode dan kerangka bagi penulis untuk membangun informasi dan menambah pengetahuan mengenai dampak *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan Logistik dan Transportasi yang Tercatat di Bursa Perdagangan Efek Indonesia tahun 2018-2022.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat memberikan gambaran dan kontribusi terhadap perusahaan transportasi dan logistik dalam meningkatkan nilai perusahaannya dengan melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) untuk mengumpulkan para investor keuangan perusahaan.

3. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan, pedoman, referensi dan bahan bacaan untuk menambah informasi mengenai dampak *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan.

4. Bagi Perguruan Tinggi

Penelitian ini dipercaya dapat menjadi penanda kemajuan mahasiswa pada bidang studi terkait. Demikian juga sebagai fundamental pada reputasi perguruan tinggi.