

PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP FINANCIAL PERFORMANCE, FIRM VALUE, DAN SHARE PRICE PERUSAHAAN INDUSTRI EKSTRATIF

Edwin Wijaya* dan Hendro Lukman

Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara Jakarta

**Email: wijaya.edwin16@gmail.com*

Abstract: *The purpose of this study is to obtain empirical evidence about the effect of corporate social responsibility on financial performance, Firm Value and Share Price in extractive companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the 2017–2019 period. The research is conducted by taking 36 samples using purposive sampling method. Data processing technique uses simple regression analysis assisted by the SPSS (Statistical Product and Service Solution) program for Windos released 25 and Microsoft Excell 2013). The t test results indicate that corporate social responsibility (CSR) has a positive but insignificant effect on financial performance and firm value, while corporate social responsibility (CSR) has a significant and negative effect on share price. The implication of this study is that there is a need for an increase in corporate social responsibility to improve firm performance and firm value.*

Keywords: Financial performance, Firm value, Share Price, Corporate Social Responsibility

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah untuk membuktikan secara empiris pengaruh corporate social responsibility terhadap financial performance, Firm Value dan Share Price pada perusahaan ruang lingkup ekstratif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017–2019. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 36 data sampel yang dipilih dengan metode purposive sampling. Teknik pengolahan data menggunakan analisis regresi sederhana yang dibantu oleh program SPSS (Statistical Product and Service Solution) for Windos yang dirilis 25 dan Microsoft Excell 2013). Hasil uji t menunjukkan bahwa corporate social responsibility (CSR) memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap financial performance, dan firm value, sedangkan corporate social responsibility (CSR) memiliki pengaruh yang signifikan dan negatif terhadap share price. Implikasi dari penelitian ini adalah perlu adanya peningkatan tanggung jawab sosial perusahaan untuk meningkatkan kinerja perusahaan dan nilai perusahaan.

Kata kunci : Kinerja keuangan, Nilai Perusahaan, Harga Saham, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

PENDAHULUAN

Kinerja keuangan adalah gambaran kondisi keuangan perusahaan pada suatu periode tertentu baik menyangkut aspek penghimpunan dana maupun penyaluran dana, yang biasanya diukur dengan indikator kecukupan modal, likuiditas, dan profitabilitas (Jumingan, 2006:239). Menurut (Badan Pusat Statistik, 2019), tingkat pertumbuhan ekonomi Indonesia dari tahun 2016-2018 adalah 5,02%; 5,07%; dan 5,17%. Berdasarkan perbandingan tersebut, dapat dilihat bahwa pertumbuhan ekonomi Indonesia mengalami peningkatan yang relatif stabil. Hal ini, akan memberikan daya tarik kepada investor untuk berinvestasi di Indonesia. Investor yang menanamkan modalnya

dalam suatu perusahaan, tentu melihat kondisi/ nilai dari laporan keuangan dari perusahaan yang ingin diinvestasi. Bagi investor mengetahui bagaimana cara membaca/ mengolah angka-angka dalam laporan keuangan merupakan suatu hal yang sangat penting, sehingga kinerja keuangan (financial performance) suatu perusahaan menjadi wajah pertama perusahaan dan yang utama dari seorang investor. Faktor-faktor kinerja keuangan bervariasi membuat perusahaan-perusahaan berlomba-lomba dalam memajukan kinerja keuangannya dengan tujuan agar menarik para investor dalam berinvestasi di perusahaan tersebut (Almajali et al., 2012). Selain melihat kinerja keuangan suatu perusahaan, investor juga melihat apakah perusahaan bertanggung jawab terhadap lingkungannya dengan kata lain adalah ada atau tidaknya praktik Corporate Social Responsibility (CSR) di perusahaan tersebut. Rahmawati dan Diana (2011) mengungkapkan CSR menghasilkan lebih banyak respons dari publik mengenai nama baik perusahaan yang melakukannya, oleh karena itu dapat dikatakan bahwa CSR menjadi tolak ukur suatu perusahaan dimana tujuan dari perusahaan adalah meningkatkan kinerja keuangan.

Selain kinerja keuangan, nilai perusahaan juga dapat dijadikan tolak ukur suatu perusahaan. Menurut Noerirawan (2012), nilai Perusahaan merupakan kondisi yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini. Menurut Weston & Copeland (1991) nilai perusahaan adalah hal penting dalam perusahaan karena berkaitan dengan kesejahteraan para pemegang saham. Nilai perusahaan sangat penting karena tujuan yang ingin dicapai manajemen keuangan adalah memaksimalkan nilai perusahaan, jika perusahaan berjalan dengan baik, maka nilai perusahaan akan meningkat atau dapat dikatakan memaksimalkan harga saham. Seperti sudah dijelaskan bahwa harga saham dapat digunakan untuk mengukur nilai perusahaan, artinya saham berperan penting dalam mengukur perusahaan.

Sesuai dengan teori ekonomi seharusnya harga saham semakin naik karena semakin besarnya minat masyarakat dalam berinvestasi saham. Akan tetapi menurut cnbcindonesia selama tahun berjalan hingga penutupan perdagangan 17 April 2020, Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) tercatat drop 26,43% menjadi 4.635 dengan diikuti penurunan kapitalisasi pasar sebesar 26,11% menjadi Rp 5.368 triliun. Selain itu, rata-rata frekuensi harian turun 1,49% menjadi 462.000 kali. Dan yang lebih menyakitkan lagi, nilai rata-rata transaksi harian turun 23,84% menjadi Rp 6,34 triliun. Tidak hanya di Indonesia, bursa saham Singapura, indeks STI turun 23,84%, indeks FTSE BM di Malaysia turun 20,91, dan VN-Index di Vietnam turun 22,39. Penurunan nilai kapitalisasi saham yang relatif besar tersebut juga disertai dengan penarikan modal asing. Virus corona yang terus mewabah di seluruh dunia telah menebar ketakutan bagi investor. Berdasarkan fenomena ini, bagaimana perusahaan memberlakukan CSR sehingga dapat menaikkan kinerja perusahaan, nilai perusahaan dan harga saham.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi perusahaan untuk meningkatkan kinerja perusahaan, nilai perusahaan dan harga saham.

KAJIAN TEORI

Stakeholder Theory. Pada dasarnya, teori pemangku kepentingan adalah gagasan bahwa adanya sekelompok orang yang mempunyai kepentingan dan kewajiban selain dengan para pemegang saham, yang disebut dengan pemangku kepentingan (Akron et al., 2015). Ghazali dan Chairiri (2007:409) menyatakan bahwa perusahaan harus memberikan manfaat kepada pemangku kepentingannya, yaitu pemegang saham, pemasok, masyarakat, pemerintah, dan pihak-pihak lain dikarenakan perusahaan bukanlah entitas yang beroperasi untuk kepentingan sendiri. Teori

pemangku kepentingan dianggap sebagai landasan teori dalam berdirinya program tata kelola perusahaan (Corporate Social Responsibility). Diungkapkan bahwa lingkungan sosial perusahaan merupakan sarana sukses bagi perusahaan untuk menegosiasikan hubungan dengan stakeholdernya. Berdasarkan asumsi teori stakeholder, maka perusahaan tidak dapat melepaskan diri dari lingkungan sosial. Oleh karena itu perusahaan perlu mengadakan program Corporate Social Responsibility.

Signalling Theory. Signalling Theory adalah tanda atau isyarat yang diambil manajemen perusahaan mengambil tindakan dalam menyediakan instruksi tentang bagaimana investor menilai prospek perusahaan melalui pengelolaan kinerja keuangan yang positif (Brigham dan Houston, 2003). Godfrey, Hodgson, Tarca, Hamilton, dan Holmes (2010:375) dalam Accounting Theory mengungkapkan bahwa ada insentif bagi semua manajer yang memberikan sinyal mengenai keuntungan yang diperoleh dimasa depan karena jika investor mempercayai sinyal tersebut, maka harga saham akan meningkat dan pemegang saham akan mendapatkan keuntungan. Informasi-informasi yang dapat dijadikan tanda atau sinyal biasanya cenderung merupakan informasi laporan keuangan. Selain itu ada juga laporan keberlanjutan (Sustainability Report) untuk mengungkapkan kinerja perusahaan pada aspek ekonomi, lingkungan dan sosial.

Legitimacy Theory. Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan ke depan. Hal itu, dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengonstruksi strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri di tengah lingkungan masyarakat yang semakin maju. Legitimasi merupakan keadaan psikologis keberpihakan orang dan kelompok orang yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitarnya baik fisik maupun non fisik. Definisi tersebut mengisyaratkan, bahwa legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (society), pemerintah individu dan kelompok masyarakat. Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat yang akan memberikan manfaat atau menjadi sumber daya potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (O'Donovan, 2002). Akan tetapi apa yang diharapkan masyarakat tidaklah selalu sama dengan apa yang diinginkan oleh suatu perusahaan. Perbedaan antara nilai perusahaan dengan nilai masyarakat sering diartikan sebagai legitimacy gap. Menurut O' Donovan (2002) Legitimacy gap dapat dikurangi dengan meningkatkan kesesuaian pada operasi perusahaan dan pengharapan masyarakat salah satunya dengan cara meningkatkan social responsibility dan social disclosure.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR). Merupakan komitmen berkelanjutan dari perusahaan yang berjalan secara etis dan berkontribusi terhadap pembangunan untuk meningkatkan kualitas hidup tenaga kerja dan keluarga mereka dan juga komunitas lokal serta masyarakat luas. Lawrence, Weber, dan Post dalam Kartini (2009:6) menyatakan bahwa CSR adalah sebuah keharusan perusahaan dalam membangun akuntabilitas untuk tindakan yang mempengaruhi masyarakat, komunitas di sekitar perusahaan, dan lingkungan di sekitar perusahaan.

Kinerja Keuangan. Pranata dalam Dewi (2011), kinerja keuangan perusahaan menunjukkan efektivitas dan efisiensi perusahaan dalam mencapai tujuannya. Hal ini juga didukung oleh pernyataan Mulyadi (2007) yang menjelaskan kinerja keuangan sebagai penentu efektifitas operasional suatu organisasi dan karyawannya secara efektif berdasarkan sasaran, standar, dan kriteria yang ditetapkan sebelumnya.

3. **Nilai Perusahaan.** Noerirawan Menurut Noerirawan (2012), nilai Perusahaan merupakan kondisi yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini. Menurut Gitman (2006: 352), nilai perusahaan adalah nilai aktual per lembar saham yang akan diterima apabila aset perusahaan dijual sesuai harga saham.

4. **Harga Saham.** Menurut Sartono (2001:41) harga saham adalah sebesar nilai sekarang atau present value dari aliran kas yang diterima. Perubahan harga saham di bursa ditentukan oleh pasar yang tergantung oleh kekuatan permintaan dan penawaran. Saham yang ingin dimiliki adalah suatu saham perusahaan yang kinerja keuangannya baik, saham tersebut akan sangat diminati oleh para investor. Makin banyak orang membeli suatu saham, maka harga saham tersebut cenderung bergerak naik, begitu juga sebaliknya.

Kaitan Antar Variabel

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dengan Kinerja Keuangan. Teori pemangku kepentingan menyatakan bahwa pihak manajemen diharapkan untuk dapat melakukan aktivitas sehingga memberikan dampak positif bagi kinerja keuangan perusahaan dan mengungkapkan kembali aktivitas tersebut kepada para pemangku kepentingan (Orlitzky, Schmidt, & Rynes, 2003). Pelaksanaan kegiatan CSR merupakan salah satu cara dalam penerapan teori tersebut. Kegiatan CSR dapat dilakukan dengan cara membantu perekonomian sekitar, memberikan sumbangan sosial, memperjuangkan hak-hak asasi manusia, pelatihan anti-korupsi, memperhatikan kesejahteraan karyawan, memberikan perhatian lebih terhadap lingkungan perusahaan serta membuat program-program sosial yang berguna untuk masyarakat luas, serta para stakeholder. Uraian di atas juga didukung oleh hasil penelitian Gangi, Mustilli, Varrone, & Daniele (2018) dan Prasetyo & Meiranto (2017) yang menyatakan bahwa CSR memiliki pengaruh yang positif terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dengan Nilai Perusahaan. Tanda atau sinyal, terutama strong signal, merupakan tindakan yang harus diambil manajemen perusahaan, agar dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan kinerja keuangannya. (Brigham dan Houston, 2003). Teori sinyal juga merupakan landasan perusahaan melakukan CSR yang terdapat dalam laporan keberlanjutan (Sustainability Report). Diharapkan dengan perusahaan memberikan informasi atau sinyal kepada publik maka dapat memaksimalkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan. Karena menurut Noerirawan (2012), nilai Perusahaan merupakan kondisi yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun. Dalam beberapa penelitian sebelumnya, terdapat bukti empiris tentang pengaruh CSR dengan nilai perusahaan, seperti pada penelitian Bajic & Yurtoglu (2018) serta Nahda (2011) dimana hasil penelitian ini menyatakan CSR memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap nilai perusahaan..

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dengan Harga Saham. Godfrey, Hodgson, Tarca, Hamilton, dan Holmes (2010:375) dalam Accounting Theory mengungkapkan bahwa ada insentif bagi semua manajer yang memberikan sinyal mengenai keuntungan yang diperoleh dimasa depan karena jika investor mempercayai sinyal tersebut, maka harga saham akan meningkat dan pemegang saham akan mendapatkan keuntungan. Sinyal baik cenderung mencerminkan perusahaan yang mempunyai prospek baik di masa mendatang, begitu pula sebaliknya. (Jogiyanto, 2003). Sinyal baik yang dimaksud tidak harus informasi keuangan melainkan

informasi non-keuangan seperti CSR. Artinya perusahaan juga peduli terhadap lingkungan sekitar, Informasi pengungkapan CSR diharapkan dapat memberikan feedback berupa dukungan investor terhadap perusahaan yang dapat meningkatkan harga saham. Uraian diatas juga didukung oleh beberapa hasil penelitian, tentang pengaruh CSR terhadap harga saham, seperti pada penelitian Klerk (2014), Sampath (2016); Sari & Matusin(2019) dimana hasil penelitian ini menyatakan bahwa CSR mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap harga saham.

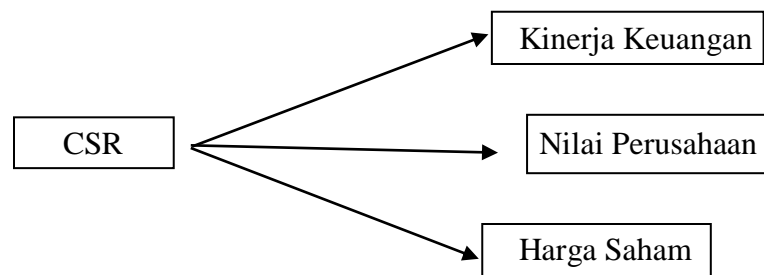
Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan penelitian, Tanggung jawab sosial perusahaan memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan Gangi, Mustilli, Varrone, & Daniele, (2018), Prasetyo & Meiranto (2017), dan Hafez (2016). Tetapi penelitian lain menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan memiliki hubungan yang tidak signifikan terhadap kinerja keuangan Crisostomo, Freire & Vasconcellos, (2011). H1: Tanggung Jawab Sosial Perusahaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Keuangan.

Hasil Penelitian, Tanggung jawab sosial perusahaan memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan Bajic & Yurtoglu (2018), Nahda (2011). Tetapi penelitian lain menyatakan tanggung jawab sosial perusahaan memiliki hubungan yang negatif signifikan terhadap nilai perusahaan Crisostomo, Freire & Vasconcellos (2011), Hafez (2016) H2: Tanggung Jawab Sosial Perusahaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian, Tanggung jawab sosial perusahaan memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap Harga Saham Klerk (2014), Sampath (2016), Sari & Matusin (2019). Tetapi penelitian lain menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan memiliki hubungan yang tidak signifikan terhadap Harga Saham Crisostomo, Freire & Vasconcellos, (2011) H3: Tanggung Jawab Sosial Perusahaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Harga Saham

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini seperti digambarkan dibawah ini



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

METODOLOGI

Metodologi penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan data sekunder diperoleh dari Bursa Efek Indonesia Pertukaran dalam periode 2017-2019. Pemilihan sampel, metode yang digunakan adalah *purposive sampling* adalah industri pertambangan dan perkebunan dengan kriteria 1) laporan keuangan yang telah diaudit, 2) mengeluarkan Laporan Berkelanjutan, 3) tidak

mengalami rugi, dan 4) tidak dalam status *delisting* pada periode penelitian. Jumlah seluruhnya sampel yang valid adalah 16 perusahaan dengan 36 sampel

Variabel Operasional dan pengukuran yang digunakan adalah :

Tabel 1. Variabel Operasional Dan Pengukuran

Variabel	Ukuran	Skala
<i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	$CSR = \frac{\sum Xi}{n}$	Rasio
<i>Financial Performance</i>	$ROA = \frac{Net\ Income}{Total\ Asset}$	Rasio
<i>Firm Value</i>	$Tobin's\ Q = \frac{(EMV + D)}{(EBV + D)}$	Rasio
<i>Share Price</i>	$\begin{aligned} &Perubahan\ Harga\ Saham \\ &= \frac{Pt - P(t - 1)}{P(t - 1)} \end{aligned}$	Rasio

HASIL UJI STATISTIK

Uji Asumsi Klasik. Sebelum dilakukan pengujian hipotesis terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji Heteroskedastisitas dan Uji Autokorelasi. Uji nomral yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji *non-parametric statistic One Sample Kolmogorov-Smirnov Test (KS)*, dan dari proses menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,206 untuk CSR terhadap kinerja keuangan, yang lebih besar dari 0,05, berarti data terdistribusi normal. nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,20 untuk CSR terhadap nilai perusahaan, yang lebih besar dari 0,05, berarti data terdistribusi normal. nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,157 untuk CSR terhadap harga saham, yang lebih besar dari 0,05, berarti data terdistribusi normal. Hasil uji Multikolinieritas menunjukkan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* 1,000 untuk CSR terhadap kinerja keuangan, nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* 1,000 untuk CSR terhadap nilai perusahaan dan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* 1,000 untuk CSR terhadap harga saham, yang mana koefisien ini berada diantara nilai *tolerance* > 0,10 dan < 10,00, maka 3 model regresi dikatakan terbebas dari multikolinieritas. Untuk uji Heteroskedastisitas menggunakan scatterplot dan hasil untuk 3 variabel tidak membentuk pola tertentu (bergelombang, melebar, menyempit) titik – titik yang tersebar di atas dan di bawah sumbu Y, hal ini berarti dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam 3 model regresi. Uji Autokorelasi menggunakan Durbin-Watson untuk model regresi CSR terhadap kinerja keuangan hasil yang didapat D-W adalah 0,910. dengan dU sebesar 1,4107 dan dL 1,5245. Tidak terletak antara dU dan (4-dU) tetapi DW lebih kecil dari dL artinya terdapat autokorelasi. model regresi CSR terhadap nilai perusahaan D-W adalah 1,192. dengan dU sebesar 1,4107 dan dL 1,5245. Tidak terletak antara dU dan (4-dU) tetapi DW lebih kecil dari dL artinya terdapat autokorelasi. model regresi CSR terhadap harga saham D-W adalah 1,873. dengan dU sebesar 1,4107 dan dL 1,5245. DW terletak antara dU dan (4-dU) artinya tidak terdapat autokorelasi.

Hasil uji pengaruh (uji t) dilakukan setelah semua uji asumsi klasik memenuhi persyaratan, dan hasilnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini

Tabel 2. Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.050	.045		1.111	.274
	CSR	.020	.092	.037	0.215	.831

a. Dependent Variable: Kinerja Keuangan

$$\text{Kinerja Keuangan} = 0,05 + 0,02 \text{ CSR}$$

Berdasarkan hasil regresi, CSR mempunyai pengaruh positif ($\beta = 0.02$) dan signifikan ($\text{sig.} = 0,831$) terhadap kinerja keuangan, dan menunjukkan semakin besar perannya dalam menentukan kinerja keuangan suatu perusahaan. Untuk mengetahui korelasi variabel-variabel independen terhadap variabel dependen, maka dilakukan uji determinan (R). Nilai Adjusted *R-Square* -0.028 yang berarti variabel dependen dapat di jelaskan oleh variabel independen sebanyak 0%

Tabel 3. Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.609	.228		2.676	.011
	CSR	.923	.466	.322	1.983	.056

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

$$\text{Nilai Perusahaan} = 0,609 + 0,923 \text{ CSR}$$

Berdasarkan hasil regresi, CSR mempunyai pengaruh positif ($\beta = 0.923$) dan signifikan ($\text{sig.} = 0,056$) terhadap nilai perusahaan, dan menunjukkan semakin besar perannya dalam menentukan nilai perusahaan. Untuk mengetahui korelasi variabel-variabel independen terhadap variabel dependen, maka dilakukan uji determinan (R). Nilai Adjusted *R-Square* 0.077 yang berarti variabel dependen dapat di jelaskan oleh variabel independen sebanyak 7,7%

Tabel 4. Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.134	.037		3.671	.001
	CSR	-.154	.075	-.333	-2.057	.047

a. Dependent Variable: Harga Saham

$$\text{Harga Saham} = 0,134 - 0,154 \text{ CSR}$$

Berdasarkan hasil regresi, CSR mempunyai pengaruh negatif ($\beta = 0,154$) dan signifikan ($\text{sig.} = 0,047$) terhadap nilai perusahaan, dan menunjukkan semakin besar perannya dalam menentukan nilai perusahaan. Untuk mengetahui korelasi variabel-variabel independen terhadap variabel dependen, maka dilakukan uji determinan (R). Nilai Adjusted *R-Square* 0.084 yang berarti variabel dependen dapat di jelaskan oleh variabel independen sebanyak 8,4%

DISKUSI

Berdasarkan hasil penelitian ini, kinerja keuangan tidak dapat di ukur oleh tanggung jawab sosial saja, diperlukan variabel lain dalam mengukur kinerja keuangan suatu perusahaan. Sedangkan untuk nilai perusahaan dan harga saham dapat di ukur dengan melihat variabel tanggung jawab sosial. Akan tetapi tanggung jawab sosial yang tinggi dapat mengurangi harga saham suatu perusahaan. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa diberlakukannya tanggung jawab sosial dapat menaikkan nilai suatu perusahaan akan tetapi dapat menurunkan harga saham suatu perusahaan.

KESIMPULAN

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah pengambilan sampel yang relatif singkat, dan relatif sedikit perusahaan dalam industri yang go public. Batasan waktu tersebut terkait dengan pelaksanaan pelaporan CSR menggunakan standar Global Reporting Initiative (GRI) 4th generation (G4) yang baru diterapkan sejak 2016. Untuk penelitian selanjutnya dimungkinkan untuk menggunakan jangka waktu yang lebih lama sejalan dengan waktu penerapan G4 dan dapat digabungkan dengan industri yang dekat dengan industri perkebunan dan pertambangan seperti kehutanan, pertanian baik sebagai pembanding maupun digabung menjadi satu kelompok industri.

DAFTAR PUSTAKA

- Akron, S., M.DiSegni, D., & Huly, M. (2015). Corporate Social Responsibility, Environmental Leadership Performance. *Social Responsibility Journal*, 11(1), 131-148.
- Almajali, Yassin, A., Alamro, S. A., & Z.Al-soub, Y. (2012). Factor Affecting the Financial Performance of Jordanian Insurance Companies Listed at Amman Stock Exchange. *Journal of Management Research*, 4(2).
- Bajic, S., & Yurtoglu, B. (2017). Which aspects of CSR predict firm market value. *Journal of Capital Markets Studies*. Vol. 2 No. 1
- Brigham, F. E., & Houston, J. F. (2003). *Fundamental of Financial Management* 8th Edition. United State of America: South Western.
- Crisostomo V., L., Freire, F., S., & Vasconcellos, F., C. (2009). Corporate social responsibility, firm value and financial performance in Brazil.
- Dewi, C. P. (2011). Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2007-2009. Universitas Diponegoro.

- Gangi, F., Mustilli, M., Varrone, N., Daniele, L., M. (2018). Corporate Social Responsibility and Banks' Financial Performance. *International Business Research*. Vol. 11, No. 10.
- Ghozali, I., & Chariri, A. (2007). *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitman, Lawrence J. 2006. *Principles of Manajerial Finance*. International Edition, 10 th edition. Boston: Pearson Education.
- Godfrey, J., Hodgson, A., Tarca, A., Hamilton, J., & Holmes, S. (2010). *Accounting Theory*, 7th Edition. Wiley.
- Hafez, H., M. (2016). Corporate Social Responsibility and Firm Value: an Empirical Study Of an Emerging Economy. *Journal of Governance and Regulation*. Vol. 5 (4).
- Jogiyanto, H. (2003). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*, Edisi Ketiga. Yogyakarta: BPFE.
- Jumingan. (2006). *Analisis Laporan Keuangan*, Cetakan Pertama, PT Bumi Aksara, Jakarta.
- Kartini, Dwi. 2009. *Corporate Social Responsibility: Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi di Indonesia*. Bandung: PT Rafika Aditama.
- Klerk, M., D. (2015). The influence of corporate social responsibility disclosure on share prices Evidence from the United Kingdom. *Pacific Accounting Review*. Vol. 27, No. 2
- Mulyadi. (2007). *Sistem Terpadu Pengelolaan Kinerja Personel Berbasis Balanced Scorecard*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Nahda, K. (2011). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi. *Siasat Bisnis*. Vol 15, No. 1.
- Noerirawan, Ronni, dkk. 2012. Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi* Vol.1 No. 2. hal. 4.
- O'Donovan, G. (2002). "Environmental Disclosure in the Annual Report: Extending The Applicability and Predictive Power of Legitimacy Theory". *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol. 15, No. 3, hlm 344 - 371.
- Orlitzky, M., Schmidt, F., & Rynes, S. (2003). Corporate Social and Financial Performance: A meta-analysis. *Organization Studies*, 24, 403-441.
- Prasetyo, A., & Meiranto, W. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur. *Diponegoro Journal of Accounting*. Volume 6 Nomor 3.
- Rahmawati, & Diana, P. S. (2011). Analysis of the Effect of Corporate Social Responsibility on Financial Performance with Earnings Management as a Moderating Variabel. *Journal of Modern Accounting and Auditing*, 7(10).
- Sampath, H., R. (2016). Effect of Corporate Social Responsibility on Share Prices.
- Sari, W., R., & Matusin A., R. (2019). Net Income and CSR Disclosure as Predictors Shares Price and Return per Share. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 10 (1)
- Sartono, Agus, 2001, *Manajemen Keuangan Dua*, Jakarta, Litera Lintas Media
- Weston, J.F. & Copeland, T.E., 1991, *Manajemen Keuangan*. Edisi Kedelapan, Surabaya: Erlangga.
- www.Bps.go.id