

PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PT. GUDANG GARAM TBK PERIODE 2017-2022

The Effect of Corporate Social Responsibility (CSR) and Profitability on Company Value at PT. Gudang Garam Tbk For The Period 2017-2022

Leonardus Sole^{1,a)}, Petrus E. de Rozari^{2,b)}, Christien C. Foenay^{3,c)}, Wehelmina M. Ndoen^{4,d)}

^{1,2,3,4})Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Nusa Cendana Kupang, Indonesia

Koresponden : ^{a)} leonardussole@gmail.com, ^{b)} petrus.rozari@staf.undana.ac.id, ^{c)} christienfoenay@staf.undana.ac.id, ^{d)} wehelmina.ndoen@staf.undana.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Corporate social Responsibility* (CSR) dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada PT. Gudang Garam Tbk. periode 2017-2022. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan statistik deskriptif, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji parsial, dan uji determinasi dengan menggunakan alat *Statistical Package for Social Science 28.0 for windows (SPSS 28)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci : Corporate Social Responsibility (CSR), Profitabilitas, Nilai Perusahaan

PENDAHULUAN

Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia didasari Undang-Undang No.40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 74 yang menyatakan bahwa perusahaan yang melaksanakan kegiatan di bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Hal ini menunjukkan keberpihakan pemerintah terhadap masyarakat luas. Dengan adanya Undang – Undang tersebut diharapkan CSR bukan hanya menjadi kesukarelaan perusahaan, tetapi menjadi kewajiban setiap perusahaan. CSR kini tidak hanya dipandang sekedar tanggung jawab saja, melainkan adalah suatu keharusan dan kewajiban bagi sebuah perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan dapat menunjukkan rasa kepedulian perusahaan terhadap kepentingan pihak-pihak lain secara luas (Wahyuni;2018). Dengan adanya kegiatan CSR tentunya memberikan dampak positif terhadap perusahaan itu sendiri. *Corporate Social Responsibility* (CSR) bisa dilakukan secara optimal, jika penjualan mencapai hasil yang maksimal. Untuk itu profitabilitas dapat diukur dengan membandingkan laba yang diperoleh dengan keseluruhan aktiva, karena setiap perusahaan pasti mempunyai harta (aktiva) untuk mendukung kegiatan usahanya (Aliana, 2017). Perusahaan berusaha untuk meningkatkan profitabilitas melalui penjualan atau produksinya, maka tingkat kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan juga semakin tinggi. Selain pihak yang terkait langsung dengan perusahaan, masyarakat, dan lingkungan sekitar

perusahaan juga merasakan dampak yang ditimbulkan oleh aktivitas operasi perusahaan. Oleh sebab itu, tanggung jawab perusahaan tidak hanya kepada para investor dan kreditor dalam memenuhi kewajiban deviden ataupun memenuhi liabilitasnya, tetapi perusahaan juga berkepentingan untuk melihat lingkungan perusahaan dan memperhatikan kesejahteraan masyarakat disekitar perusahaan (Prasetyo, 2015). Pada dasarnya kegiatan CSR dan laba (profit) yang dihasilkan perusahaan diharapkan mampu memberikan dampak terhadap nilai atau value terhadap sebuah perusahaan. Apabila suatu perusahaan melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial secara berkesinambungan maka pasar akan dapat memberikan apresiasi positif yang akan diperlihatkan dengan kenaikan harga saham perusahaan dan juga menyebabkan meningkatnya nilai perusahaan. Walaupun dengan melakukan tanggung jawab sosial, perusahaan akan mengeluarkan sejumlah biaya yang akan mengurangi pendapatan perusahaan, namun apabila perusahaan melakukan tanggung jawab sosialnya secara berkesinambungan dan konsisten, maka citra perusahaan di pihak eksternal perusahaan akan semakin baik (Murnita dan Putra, 2018). Berdasarkan laporan keuangan perusahaan terdapat data awal penelitian yaitu biaya CSR, laba bersih, dan harga saham. Berikut ini akan disajikan dalam bentuk tabel.

Tabel 1.
Biaya CSR, Laba Bersih, dan Harga Saham

Tahun	Biaya CSR (jutaan)	Laba bersih (jutaan)	Harga saham (rupiah)
2017	99,000	7,755,347	83,000
2018	78,900	7,793,068	83,625
2019	28,300	10,880,704	53,000
2020	48,400	7,647,729	41,000
2021	47,400	5,605,321	30,600
2022	46,300	2,779,742	18,000

Sumber: www.idx.co.id

Berdasarkan data tabel 1. diatas bahwa secara umum pada item biaya CSR, laba bersih, dan harga saham perusahaan PT. Gudang garam tbk. dalam kurun waktu 2017-2022 trendnya mengalami penurunan sehingga ditarik kesimpulan bahwa CSR dan profitabilitas perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Pada tahun 2019 laba bersih perusahaan mengalami peningkatan sedangkan harga saham perusahaan mengalami penurunan, hal ini bertolak belakang dengan teori yang mengatakan bahwa profitabilitas yang tinggi akan berdampak positif atau nilai suatu perusahaan juga akan mengalami peningkatan. Pada penelitian ini variabel yang digunakan yaitu *Corporate social responsibility* (CSR) dan profitabilitas dengan menggunakan perhitungan *Return on asset* (ROA) sebagai variabel independen dan nilai perusahaan menggunakan perhitungan Tobins'q sebagai variabel dependen. Peneliti memilih variabel variabel tersebut karena pada penelitian-penelitian sebelumnya terjadi perbedaan hasil penelitian dan sudah teruji pada penelitian sebelumnya tentang keakuratan penggunaan indikator ROA, CSR, dan Tobins'q. Objek yang dituju yaitu pada Perusahaan Rokok PT. Gudang Garam tbk. alasan peneliti memilih perusahaan Perusahaan Rokok PT. Gudang Garam tbk sebagai objek penelitian karena perusahaan perbankan merupakan perusahaan yang memiliki aktivitas pelaporan keuangan yang berkesinambungan sehingga untuk menjaga kelangsungan perusahaan membutuhkan dana yang sangat besar. Berdasarkan

data awal yang disajikan diatas dapat dijadikan acuan bagi peneliti untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai CSR dan profitabilitas sehingga dapat diketahui nilai perusahaannya. Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti perlu membahas penelitian ini dengan judul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan pada PT. Gudang Garam Tbk Periode 2017-2022”.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Stakeholder, Sinyal Teori, dan Teori Legitimasi

Stakeholder theory merupakan praktik dan kebijakan-kebijakan yang berkaitan dengan pemangku kepentingan, pelaksanaan ketentuan hukum, nilai-nilai, apresiasi masyarakat dan lingkungan, serta kesiapan perusahaan menjalankan bisnis dan memberikan berkontribusi didalam pembangunan yang berkesinambungan (Murnita, 2018). Teori sinyal mengemukakan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal ini berupa informasi apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Sinyal dapat berupa promosi atau informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain (Andreas, 2021;113). Teori legitimasi ini menerangkan bahwa adanya perusahaan didalam suatu wilayah karena adanya dukungan secara politis dan juga mendapat jaminan oleh regulasi pemerintah adalah suatu nilai yang positif menurut masyarakat. Maka dari itu, secara tak langsung terjadi kontrak sosial antara perusahaan dan masyarakat, mengenai hal ini masyarakat memberikan cost dan benefit yang bermanfaat untuk keberlangsungan suatu perusahaan (Andreas,2021).

Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) dimaknai sebagai komitmen perusahaan atau organisasi untuk terus menerus bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya sekaligus juga peningkatan kualitas komunitas lokal dan masyarakat secara lebih luas. Melalui pelaksanaan CSR diharapkan mampu memberikan dampak positif terhadap ekonomi, sosial dan lingkungan perusahaan dalam hal ini perusahaan PT. gudang garam tbk (Aliana, 2017). Dalam penelitian ini metode yang digunakan dalam menghitung atau mengukur nilai CSR menggunakan rumus sebagai berikut:

$$CSR = \frac{\sum CSR_i}{\sum cost_i} \times 100\%$$

Keterangan :

$\sum CSR_i$ = Total biaya CSR

$\sum Cost_i$ = Total Beban Usaha

Profitabilitas

Profitabilitas adalah faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan kepada pemegang saham program tanggung jawab sosial secara lebih luas (Florence;2019). Menurut Samsudin dalam Aliana (2017) *Return On Asset* adalah merupakan pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan di dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia didalam perusahaan. *Return on Asset (ROA)* merupakan salah satu rasio untuk mengukur keberhasilan suatu perusahaan dalam menggunakan asetnya untuk menghasilkan laba. Untuk itu, rasio profitabilitas dalam hal ini ROA dikatakan memiliki hubungan yang relevan dengan CSR. Berikut adalah rumus ROA:

$$ROA = \frac{\text{Net income}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

Nilai Perusahaan

Menurut Nurlela dalam Aliana (2017) Nilai perusahaan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai nilai pasar karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Perusahaan yang memiliki Tobin's Q dengan nilai yang semakin tinggi maka investor akan mengeluarkan pengorbanan yang lebih untuk perusahaan yang memiliki nilai pasar aset yang lebih besar daripada nilai bukunya. Apabila nilai Q lebih kecil dari 1, berarti investasi dalam aktiva tidak menarik. Nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar, karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran bagi pemegang saham secara maksimal apabila harga saham perusahaan meningkat. Untuk mencapai nilai perusahaan umumnya para pemodal menyerahkan pengelolaannya kepada para profesional. Para profesional diposisikan sebagai manajer ataupun komisaris (Aliana, 2017) Variabel ini diukur menggunakan Tobin's Q. Rasio Q lebih unggul daripada rasio nilai pasar terhadap nilai buku karena rasio ini fokus pada berapa nilai perusahaan saat ini. Adapun rumus Tobin's Q akan disajikan sebagai berikut:

$$Q = \frac{EMV + D}{EBV}$$

Dimana :

Q = Nilai Perusahaan

EMV = Nilai Pasar Ekuitas

EBV = Nilai Buku dari Total Aktiva

D = Total utang

EMV diperoleh dari hasil perkalian harga saham penutupan pada akhir tahun (*closing price*) dengan jumlah saham yang beredar pada akhir tahun sedangkan EBV diperoleh dari selisih total aset perusahaan dengan total kewajibannya.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Teori stakeholder mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi stakeholdernya. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh stakeholder kepada perusahaan tersebut. Dengan kata lain nilai perusahaan

akan bertambah dalam hal ini menarik minat investor dalam berinvestasi bahwa kegiatan CSR berdampak positif terhadap nilai perusahaan (Suryati;2019). Pada saat masyarakat yang menjadi pelanggan memiliki penilaian yang positif terhadap perusahaan, maka mereka akan loyal terhadap produk yang dihasilkan, hal ini akan mampu menaikkan citra perusahaan yang direfleksikan melalui kinerja perusahaan yang akan meningkat (Suryati, 2019) H1 : Corporate Social Responsibility berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Wijaya (2015) tingginya nilai perusahaan akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula nilai perusahaan, hal ini berpengaruh positif terhadap kemakmuran pemegang saham. Dengan melihat definisi di atas profit atau laba yang tinggi memberikan prospek perusahaan yang baik sehingga dapat memicu investor untuk ikut meningkatkan permintaan saham. Semakin baik profitabilitas perusahaan berarti prospek perusahaan di masa depan dinilai semakin baik dimata investor. Apabila kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba meningkat, maka harga saham juga akan meningkat. Dengan meningkatnya harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. H2: Profitabilitas berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

METODE PENELITIAN

Jenis data yang digunakan yaitu data kuantitatif berupa angka-angka, dengan objek penelitian PT. Gudang Garam Tbk. Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data ini melalui teknik dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif kuantitatif. Dimana data yang didapat dari hasil dokumentasi dianalisis secara kuantitatif dengan menggunakan data laporan keuangan perusahaan.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Pengaruh *Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Pada PT. Gudang garam Tbk periode 2017-2022*

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa corporate social responsibility (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Kegiatan CSR ini merupakan tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan yang diharapkan akan mampu menaikkan nilai perusahaan. Keuntungan perusahaan pada saat mengungkapkan CSR akan membuat nilai perusahaan akan semakin naik dikarenakan adanya keuntungan tersebut pastinya para investor akan mempertimbangkan untuk berinvestasi. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bawafi, M. H., & Prasetyo, A (2015) dan Murnita, P.E.M dan Putra, I Made P.D (2018) Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*) apabila perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan. Adanya praktik CSR yang baik, diharapkan akan memberikan citra yang baik pada pihak eksternal.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada PT. Gudang garam tbk periode 2017-2022

Hasil variabel profitabilitas dengan tingkat signifikansi senilai 0,047 yaitu lebih kecil dari 0,05 sehingga hasil penelitian ini menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi pemegang saham. Semakin besar keuntungan yang diperoleh semakin besar pula kemampuan perusahaan untuk membayarkan devidennya dan hal ini berdampak pada kenaikan nilai perusahaan. Dengan rasio profitabilitas yang tinggi yang dimiliki sebuah perusahaan akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Suryaty, A.K., Gama, Agus W.S, dan Astiti, Ni Putu Y. (2019) dan juga sejalan dengan penelitian Aliana, Desi (2017) yang menyatakan bahwa Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Tujuan akhir yang ingin dicapai suatu perusahaan yang terpenting adalah memperoleh keuntungan atau laba yang maksimal, disamping hal-hal yang lainnya, dengan memperoleh laba yang maksimal seperti yang telah ditargetkan, perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan sehingga menjadi daya tarik tersendiri bagi investor untuk menanamkan modalnya.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Corporate social responsibility (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan PT. Gudang garam tbk periode 2017-2022. Dapat disimpulkan bahwa penerapan program CSR memberi dampak dalam meningkatkan nilai perusahaan.
2. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dilihat berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan. Setiap perusahaan berusaha memaksimalkan profitabilitas perusahaan akan memberikan dampak yang signifikan kepada perusahaan dan pemegang saham untuk tetap melakukan investasi dan investor luar tertarik menanamkan modalnya di perusahaan PT. Gudang Garam tbk.

Saran

1. Bagi Perusahaan

Lebih meningkatkan perhatian perusahaan terhadap kondisi sosial agar dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan dalam hal ini kegiatan CSR sehingga investor percaya kepada perusahaan bahwa perusahaan tersebut mampu mengelola keuntungan yang digunakan untuk kepeduliannya terhadap lingkungan yang berkelanjutan.

Perusahaan sebaiknya lebih meningkatkan kinerja perusahaan dalam meningkatkan profitabilitas perusahaan atau laba perusahaan. Dengan adanya peningkatan laba perusahaan akan memberi dampak positif terhadap nilai suatu perusahaan.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya mampu meneliti lebih detail lagi agar mendapatkan hasil yang lebih akurat, juga untuk peneliti

selanjutnya agar lebih menambah objek penelitian dan variabel lain (*Good Corporate Governance*) dalam penentuan nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aliana, D. (2017). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia* (Doctoral dissertation).
- Andreas, P. (2021). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Yayasan Kita Menulis.
- Bawafi, M. H., dan Prasetyo, A. (2015). terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Reviu Akuntansi dan Keuangan* 5(1)
- Florence, N. (2019). *Pengaruh Faktor-Faktor Fundamental Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Sektor Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017)* (Doctoral dissertation, Program Studi Akuntansi S1 Fakultas Ekonomi-Bisnis Universitas Widyatama).
- Murnita, P. E. M., & Putra, I. M. P. D. (2018). Pengaruh corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas dan leverage sebagai variabel pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 23(2), 1470-1494.
- Nurlaela, S. (2022). *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Jakarta Islamic Index Periode 2018-2021)* (Doctoral dissertation, Universitas Djuanda Bogor).
- Prasetyo, A. dan Bawafi, M. H. (2015). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Reviu Akuntansi dan Keuangan*, 5(1).
- Suryati, A. K., Gama, A. W. S., & Astiti, N. P. Y. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014 – 2016). In *Forum Manajemen* (Vol. 17, No. 2, pp. 111-121).
- Wahyuni, S. F. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 1(1), 109-117.
- Wijaya, Candra., Asnawi, Said Kelana (2015), *FINON (Finance For Non Finance) Manajemen Keuangan untuk Non Keuangan: Menjadi Tahu dari Lebih Tahu*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.