

Literature Review: Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur

Risti Dinar Larasati

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Akuntansi, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Surabaya, Indonesia

Email: 21013010203@student.upnjatim.ac.id

Abstrak

Penelitian ini melakukan tinjauan literatur mengenai pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan mengkaji studi empiris yang dipublikasikan dalam kurun waktu lima tahun (2020-2024) dengan total artikel sebanyak enam artikel. Hasil tinjauan menunjukkan bahwa penerapan CSR tidak selalu mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur, karena masih banyak investor yang beranggapan CSR belum tentu memberikan keuntungan besar bagi perusahaan dan investor. Namun, beberapa penelitian menunjukkan bahwa CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan dalam industri manufaktur karena dapat memberikan kepercayaan besar pada masyarakat, mempertahankan hubungan baik dengan pemangku kepentingan, meningkatkan citra perusahaan dan menarik investor sehingga nilai perusahaan juga akan naik.

Kata Kunci: CSR; Nilai Perusahaan

1. PENDAHULUAN

Perusahaan memiliki banyak tujuan untuk mempertahankan kelangsungan hidup bisnis usahanya. Diantara semua tujuan, terdapat salah satu tujuan penting untuk jangka panjang kelangsungan hidup perusahaan tersebut, yakni mempertahankan bahkan meningkatkan nilai perusahaan [1]. Sigalingging (2019) menemukan bahwa nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang termasuk dalam Gambaran dari kepercayaan Masyarakat kepada perusahaan tersebut dan merupakan hasil dari kegiatan selama beberapa periode sejak perusahaan didirikan. Nilai perusahaan dapat tercermin pada harga saham. Sehingga, jika harga saham perusahaan naik maka dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan juga naik [2]. Nilai perusahaan menjadi indikator penting bagi para investor untuk menilai secara menyeluruh kinerja perusahaan yang akan ditanamkan modal. Sehingga, Perusahaan yang memiliki nilai Perusahaan yang baik, maka dapat dinilai bahwa Perusahaan tersebut mampu memberikan kesejahteraan untuk para investornya. Namun, pergerakan harga saham perusahaan pun sudah pasti fluktuatif. Hal ini dipengaruhi oleh banyaknya factor termasuk factor dari kepercayaan Masyarakat terhadap perusahaan yang berdampak pada reputasi perusahaan juga. Jika masyarakat memandang buruk dan kepercayaan masyarakat pudar kepada perusahaan, maka dapat menurunkan citra perusahaan dan menurunkan kepercayaan investor juga. Sehingga, harga saham perusahaan dapat turun dan nilai perusahaan pun berdampak [3].

Oleh karena itu, perusahaan harus memperhatikan faktor yang dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat dan investor agar citra perusahaan tetap baik dan nilai perusahaan pun terjaga. Salah satu faktor yang paling berpengaruh yakni adanya kegiatan dari perusahaan yang mencerminkan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat sosial yang biasa disebut dengan Corporate Social Responsibility (CSR). Jika perusahaan dapat dengan baik melaksanakan kegiatan dan mengungkapkan CSR terhadap tanggung jawabnya kepada lingkungan dan masyarakat sosial, masyarakat akan merasa tenang dan damai, kesejahteraan karyawan dan keamanan masyarakat terpenuhi. Sehingga, citra perusahaan pun tetap baik dan dapat mempertahankan nilai perusahaan [4].

Tujuan penulisan artikel ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pengetahuan mengenai pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan.

2. TINJAUAN TEORITIS

2.1 Teori Stakeholder

Teori Stakeholder dikembangkan oleh Freeman (1984) yang menyatakan bahwa perusahaan tidak hanya berfokus pada entitas untuk kepentingan perusahaan itu sendiri. Pemangku kepentingan diluar itu, seperti kreditor, konsumen, pemasok pemerintah, dan lainnya yang berhubungan dengan sosial serta lingkungan perusahaan juga termasuk dalam entitas penting di perusahaan [5]. Didalam teori ini juga mengatakan bahwa stakeholder merupakan beberapa pihak yang memberikan pengaruh terhadap tujuan pencapaian perusahaan. Sehingga, perusahaan berkewajiban untuk menjaga hubungan baik dengan para stakeholder untuk menjaga citra perusahaan. Salah satu Upaya untuk menarik perhatian stakeholder yaitu dengan kegiatan CSR. Hal ini dapat menarik perhatian stakeholder untuk tetap menanamkan modal dan menarik investor lain untuk menanamkan modal pada perusahaan [6]

2.2 Teori Sinyal

Brigham & Houston (2014) menyatakan bahwa teori sinyal adalah cara pandang para investor mengenai bagaimana peluang perusahaan dalam mempertahankan dan meningkatkan nilai perusahaan dimasa depan melalui informasi dari manajemen perusahaan yang diberikan kepada investor [7]. Hal ini dilakukan manajemen perusahaan untuk memberikan sinyal kepada para investor untuk menilai prospek perusahaan kedepannya, apakah termsuak baik ataupun tidak dan apakah memiliki nilai tinggi atau tidak. Teori ini memberikan dorongan kepada perusahaan untuk menyampaikan informasi yang dimiliki baik dari sisi keuangan maupun non keuangan [4].

2.3 Teori Agensi

Jensen & Meckling (1976) menjelaskan hubungan keagenan bahwa perusahaan adalah Kumpulan kontrak antara pemilik dan manajemen yang mengelola dan mengendalikan sumber daya tersebut. Terdapat banyak konflik kepentingan antara pemilik dan agen karena kemungkinan agen dalam menjalankan wewenang tidak sesuai dengan kemauan pemilik hingga memicu adanya biaya keagenan yang tinggi. Manajemen sebagai agen bertanggung jawab kepada pemilik untuk mengoptimalkan keuntungan. Jadi, Antara pihak satu (agen) dengan pihak lain (pemilik) memiliki keterlibatan untuk melakukan beberapa layanan atas nama prinsipal [8].

2.4 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan penilaian investor terhadap kinerja perusahaan yang dihubungkan dengan harga saham. Ketika harga saham tinggi, maka nilai perusahaan pun tinggi begitu sebaliknya. Jika nilai perusahaan tinggi, diikuti pula dengan tingginya kemakmuran pemegang saham. Pengukuran nilai perusahaan dapat menggunakan rasio Tobins'Q yang dapat mencerminkan hitungan lebih menyeluruh mengenai nilai saham, total utang dan total aset dari perusahaan [9].

2.5 Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan upaya dan komitmen perusahaan untuk memberikan kontribusi mengenai pengembangan ekonomi berkelanjutan yang menitikberatkan pada aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Kegiatan CSR perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat dan pemangku kepentingan karena perusahaan dinilai memberi perhatian lebih dan telah melakukan tanggung jawabnya kepada masyarakat dan lingkungan sehingga dapat mempertahankan citra perusahaan [10].

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian menggunakan metode literature review. Literature review merupakan metode membandingkan dan menganalisis dari teori yang sudah ada sebelumnya serta mencari referensi atas landasan teori yang sesuai dengan topik yang dikaji [11]. Peneliti menemukan 6 artikel dengan kurun waktu 5 tahun (2020- 2024) yang sesuai dengan topik penelitian dan ditinjau oleh peneliti dengan tabel.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil

Tabel 1. Hasil Literature Review

No	Penulis (Tahun)	Judul	Hasil
1	Dinda Nur Khofifah, Vhika Meiriasari, Reny Aziatul Pebriani (2022)	Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2017-2019)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Serta CSR, ukuran perusahaan, dan profitabilitas secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan
2	Hadi Pramono, Iwan Fakhruddin, Ira Hapsari (2022)	Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan	Penelitian memberikan hasil bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dan kinerja keuangan berpengaruh terhadap nilai perusahaan
3	Rizky Paramitha Shaumi, Ceacilia	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Good Corporate Governance dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai	Penelitian menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan dan kepemilikan institusional berpengaruh positif signifikan terhadap

No	Penulis (Tahun)	Judul	Hasil
	Srimindarti (2022)	Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Tahun 2018-2020	nilai perusahaan. Kepemilikan manajerial berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
4	Nadiatul Fauzia, Wa Ode Irma Sari (2023)	Keberlangsungan Perusahaan: Kinerja Lingkungan, Biaya Lingkungan dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan	Penelitian menunjukkan bahwa kinerja lingkungan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, biaya lingkungan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
5	L Erdian Sandi Wiranata, Elin Erlina Sasanti, Robith Hudaya (2023)	Pengaruh Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Tahun 2017-2021	Penelitian menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
6	Ni Putu Yeni Astiti (2024)	Profitabilitas, Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur di Indonesia	Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, GCG berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

4.2 Pembahasan

Beberapa penelitian memiliki hasil yang berbeda-beda. Pada penelitian [4], [12], [5] menunjukkan hasil bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Jika perusahaan dapat dengan baik memberikan tanggung jawab dan perhatian terhadap kegiatan CSR untuk kesejahteraan masyarakat dan peduli dengan lingkungan sekitar perusahaan, para pemangku kepentingan terutama penanam modal dan pemegang saham akan memberikan respon positif terhadap kepedulian perusahaan tersebut. Dari hal itu, citra perusahaan akan baik dan dapat menarik perhatian investor lain sehingga dapat meningkatkan harga saham dan meningkatkan nilai perusahaan pula.

Pada penelitian [13], [14], [7] memberikan hasil bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini terjadi karena adanya kegiatan CSR tidak menjadi tolak ukur Sebagian investor dalam menanamkan modalnya di perusahaan. Sebagian investor tersebut berfokus pada profit yang dicapai perusahaan untuk dijadikan pengukuran tinggi atau tidaknya nilai perusahaan. Sebagian investor juga menganggap bahwa dari adanya kegiatan-kegiatan CSR yang juga memerlukan biaya tambahan, belum tentu dapat menyumbang laba yang tinggi bagi perusahaan.

5. KESIMPULAN

Nilai perusahaan menjadi indikator yang diperhatikan oleh para investor dan pemangku kepentingan lainnya dalam menilai kinerja perusahaan. Salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yakni adanya Corporate Social Responsibility (CSR). Dari berbagai penelitian menunjukkan bahwa CSR dapat memberikan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dimana jika perusahaan dapat menjalankan dan mengungkapkan aktivitas CSR dengan baik, maka akan meningkatkan nilai perusahaan pula. Namun, dari sebagian penelitian lainnya juga mengatakan bahwa CSR tidak dapat berpengaruh pada nilai perusahaan. Sehingga, nilai perusahaan dapat terpengaruh negatif oleh beberapa faktor lain seperti persepsi investor. Oleh karena itu, sementara implementasi CSR tetap merupakan faktor penting untuk memperkuat citra perusahaan dan mempertahankan hubungan baik dengan pemangku kepentingan yang memberi dampak baik terhadap nilai perusahaan.

REFERENCES

- [1] E. D. Sigalingging, "Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), Kinerja Lingkungan, dan Persentase Kepemilikan Manajemen terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating," *J. Chem. Inf. Model.*, vol. 4, no. 2, pp. 1-58, 2019.
- [2] Khairiyani, N. Mubyarto, A. Mutia, A. E. Zahara, and G. W. I. A. Habibah, "Kinerja Lingkungan Terhadap Kinerja Keuangan Serta Implikasinya Terhadap Nilai Perusahaan," *ILTIZAM J. Syariah Econ. Res.*, vol. 3, no. 1, pp. 41-62, 2019, doi: 10.30631/iltizam.v3i1.248.
- [3] A. M. Safitri and E. Sukarmanto, "Pengaruh Kinerja Lingkungan dan Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan," *Akunt. Pajak dan Kebijak. Ekon. Digit.*, vol. 7, no. 1, 2021, doi: 10.61132/apke.v1i3.441.

- [4] D. N. Khofifah, V. Meiriasari, and R. A. Pebriani, "Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2017-2019)," *J. Bisnis, Manaj. dan Ekon.*, vol. 3, no. 1, pp. 17–25, 2022, doi: 10.24912/jmbk.v8i3.30225.
- [5] N. P. yeni Astiti, "Profitabilitas, Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur di Indonesia," *Ekon. J. Econ. Bus.*, vol. 8, no. 2, pp. 1162–1170, 2024, doi: 10.33087/ekonomis.v8i2.1672.
- [6] Rahmatul Fauziah and Wasti Reviandani, "Analisis Penyajian Laporan Keuangan Berbasis Sak Etap Pada Pt. Cipta Giri Sentosa," *J. Soc. Econ. Res.*, vol. 5, no. 2, pp. 886–898, 2023, doi: 10.54783/jser.v5i2.192.
- [7] E. S. Wiranata, E. E. Sasanti, and R. Hudaya, "Pengaruh Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Tahun 2017-2021," *J. Ris. Mhs. Akunt.*, vol. 3, no. 2, pp. 19–31, 2023, [Online]. Available: <https://jurnal.fe.unram.ac.id/index.php/risma/article/view/554>.
- [8] T. S. Limantara, H. S. Amalia, and S. Bodei, "Pengaruh Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Di Indonesia," *J. Manaj. dan Akunt.*, vol. 22, no. 1, pp. 14411–464, 2021, [Online]. Available: <http://journal.stiei-kayutangi-bjm.ac.id/>.
- [9] S. Sarafina and M. Saifi, "PENGARUH GOOD CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP KINERJA KEUANGAN DAN NILAI PERUSAHAAN (Studi pada Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2015)," *J. Adm. Bisnis*, vol. 50, no. 3, pp. 108–117, 2017, [Online]. Available: <https://media.neliti.com/media/publications/187466-ID-pengaruh-good-corporate-governance-terha.pdf>.
- [10] C. Riyanti and S. T. Raharjo, "Asset Based Community Development Dalam Program Corporate Social Responsibility (CSR)," *J. Kolaborasi Resolusi Konflik*, vol. 3, no. 1, pp. 115–126, 2021, doi: 10.24198/jkrk.v3i1.32144.
- [11] H. Nurcahyani, "Penelitian Strategi Pengembangan Koleksi Di Perpustakaan Pada Google Scholar: Sebuah Narrative Literature Review," *J. Pustaka Budaya*, vol. 10, no. 1, pp. 32–43, 2023, doi: 10.31849/pb.v10i1.11275.
- [12] H. Pramono, I. Fakhruddin, and I. Hapsari, "Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan," *Ratio Reviu Akunt. Kontemporer Indones.*, vol. 3, no. 2, pp. 78–83, 2022, doi: 10.30595/ratio.v3i2.13751.
- [13] N. Fauzia and W. O. I. Sari, "Keberlangsungan Perusahaan: Lingkungan, Biaya Lingkungan dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan," *Syntax Lit. ; J. Ilm. Indones.*, vol. 8, no. 12, pp. 6779–6791, 2023, doi: 10.36418/syntax-literature.v8i12.14070.
- [14] R. P. Shaumi and C. Srimindarti, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Good Corporate Governance Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Tahun 2018-2020," *J. Ilm. Mhs. Akunt.*, vol. 13, no. 4, pp. 1246–1256, 2022.