

**PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DI MODERASI OLEH TRANSPARANSI PERUSAHAAN
(Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia 2018-2022)**

SKRIPSI



**MARYA ULFA
NIM: 105731125518**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2024**

KARYA TUGAS AKHIR MAHASISWA

JUDUL PENELITIAN:

**PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DI MODERASI OLEH TRANSPARANSI PERUSAHAAN
(Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia 2018-2022)**

SKRIPSI

Disusun dan Diajukan Oleh:

MARYA ULFA

NIM: 105731125518

*Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas
Muhammadiyah Makassar*

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR**

2024

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Hidup adalah pilihan, apa yang telah anda pilih dalam hidup maka tuntaskanlah sampai selesai.

PESEMBAHAN

Puji Syukur Kepada ALLAH Subhanahuwata'ala atas Ridho-Nya Serta Karunianya Sehingga Skripsi ini terselesaikan dengan Baik.

Alhamdulillah Rabbil'alamin.

Skripsi ini Kupersembahkan Untuk Diriku Sendiri Kepada Kedua Orang Tuaku tercinta Orang-orang yang saya sayang dan Almamaterku

PESAN DAN KESAN

Hasil yang indah tidak lepas dari proses yang tidak mudah semuanya butuh yang namanya perjuangan dan pengorbanan. Banyak hal yang saya dapatkan ketika berkuliah di Universitas Muhammadiyah Makassar, teman-teman dari berbagai daerah, dosen yang membimbing, dan pastinya ilmu dan pengalaman yang tak tergantikan.



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 295 Gedung Iqra Lt. 7 Tel. (0411) 866972 Makassar

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan di Moderasi oleh Transparansi Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia 2018-2022)

Nama Mahasiswa : Marya Ulfa

NIM : 105731125518

Program Studi : Akuntansi

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

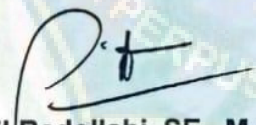
Menyatakan bahwa skripsi ini telah diteliti, diperiksa dan diujikan di depan panitia penguji skripsi strata satu (S1) pada tanggal 17 Mei 2024 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 09 Dzulka'idah 1445 H
17 Mei 2024 M

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Ismail Badollahi, SE., M.Si. Ak. CA. CSP
NIDN. 0915058801


Wahyuni, SE., M.Ak
NIDN. 0920079201

Mengetahui,

Ketua Program Studi Akuntansi


Dekan
Dr. H. Andi Jamban, SE., M.Si
NBM : 651-507


Mira, SE., M.Ak
NBM : 1286844



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 295 Gedung Iqra Lt. 7 Tel. (0411) Makassar

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi atas Nama : Marya Ulfa, NIM : 105731125518 diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor : 0006/SK-Y/62201/091004/2024, Tanggal 09 Dzulqai'dah 1445 H/ 17 Mei 2024 M. Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar **SARJANA AKUNTANSI** pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 09 Dzulqai'dah 1445 H
17 Mei 2024 M

PANITIA UJIAN

1. Pengawas Umum : Prof. Dr. Ambo Asse, M.Ag
(Rektor Unismuh Makassar) 
2. Ketua : Dr. H. Andi Jam'an, SE., M.Si
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis) 
3. Sekretaris : Agusdiwana Suarni, SE., M. ACC
(Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis) 
4. Penguji : 1. Dr. Syamsuddin, S.Pd., M.Ak
2. Amran, SE., M.Ak., CA
3. Mira, SE., M.Ak., Ak
4. Masrullah, SE., M.Ak 

Disahkan Oleh,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar



Dr. H. Andi Jam'an, SE., M.Si
NBM : 651 507



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 295 Gedung Iqra Lt. 7 Tel. (0411) 866972 Makassar

SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Marya Ulfa
Stambuk : 105731125518
Program Studi : Akuntansi
Judul Skripsi : Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan di Moderasi oleh Transparansi Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia 2018-2022)

Dengan ini menyatakan bahwa:

Skripsi yang saya ajukan di depan Tim Penguji adalah ASLI hasil karya sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapa pun.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar.

Makassar, 09 Dzulqai'dah 1445 H
17 Mei 2024 M

Yang Membuat Pernyataan,



Marya Ulfa

NIM : 105731125518

Diketahui Oleh:

Ketua Program Studi Akuntansi



Dr. H. Andi Jam'an, SE., M.Si
NBM : 651 507

Mira, SE., M.Ak
NBM : 1286844



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Jl. Sultan Alauddin No. 295 Gedung Iqra Lt. 7 Tel. (0411) 866972 Makassar

HALAMAN PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Makassar, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Marya Ulfa
NIM : 105731125518
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Makassar Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan di Moderasi oleh Transparansi Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia 2018-2022)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Makassar berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Makassar, 09 Dzulqa'dah 1445 H
17 Mei 2024 M

Yang Membuat Pernyataan,



Marya Ulfa
NIM: 105731125518

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmani rahim

Dengan memanjatkan puji dan syukur atas kehadiran Allah Subhanahuwata'ala atas segala rahmat hidayah dan kesehatan yang tiada henti yang diberikan kepada hambanya dan dengan izin-Nyalah penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Adapun judul dalam penulisan skripsi ini yaitu ” ***Pengaruh Pengungkapan Corporate social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Transparansi Perusahaan (Studi kasus Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia 2018-2022)***”.

Skripsi ini dibuat untuk memenuhi syarat dalam penyelesaian dalam program strata satu (S1) pada jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Tidak dapat disangkal bahwa butuh usaha yang keras dalam penyelesaian pengerjaan skripsi ini. Namun, skripsi ini tentunya tidak lepas dari bimbingan, masukan, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H Ambo Asse., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Bapak Dr. Andi Jam'an,SE.,MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Ibu Mira,SE.,M Ak.Ak Selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas ekonomi dan Bisnis Unuversitas muhammadiyah Makassar
4. Bapak Ismail Badollahi.SE.,M.Si. Ak. CA. CSP selaku pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktunya dalam membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga skripsi ini selesai dengan baik
5. Ibu Wahyuni, SE., M.Ak selaku pembimbing II yang telah berkenan membantu dalam penyusunan skripsi ini hingga ujian skripsi.
6. Bapak/Ibu Dosen dan Asisten Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang senantiasa dan tak kenal lelah dalam meluangkan waktu dan ilmunya kepada penulis selama mengikuti proses perkuliahan hingga akhir.

7. Segenap Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
8. Kedua Orang Tua Tercinta dan Suami yang telah Memberikan dukungan, semangat dan restu kepada penulis sehingga masih semangat sampai akhir.
9. Sahabat-sahabat tercinta yang memotivasi dan memberikan semangat serta senantiasa menemani dan mengajarkan persaudaraan yang terjalin hingga pada penyelesaian skripsi ini.

Penulis berharap, apabila terdapat kesalahan dan kata-kata yang kurang berkenan dalam penulisan skripsi ini mohon dimaafkan dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca.

Barru, 29 Desember 2023

Penulis

MARYA ULFA
105731125518

ABSTRAK

Marya Ulfa. 2024. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Transparansi Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia 2018-2022). Skripsi. Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh: Ismail Badollahi dan Wahyuni.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan transparansi perusahaan sebagai variabel moderasi. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, dengan pendekatan deskriptif. Populasi penelitian ini adalah semua perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2018-2022, dengan jumlah sampel sebanyak 240 data keuangan perusahaan. Sumber data yang digunakan adalah sumber data sekunder berupa dokumen yang didapatkan dari website resmi Bursa Efek Indonesia. Model analisis data yang digunakan adalah *moderated regression analysis* (MRA), yang diolah menggunakan software statistik SPSS. Hasil penelitian yang diperoleh adalah (1) pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia. (2) Pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan melalui transparansi sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia.

Kata Kunci: Pengungkapan CSR, Transparansi, Nilai Perusahaan.

ABSTRACT

Marya Ulfa. 2024. *The Influence of Corporate Social Responsibility Disclosure on Corporate Value Through Corporate Transparency (Case Study on Manufacturing Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange 2018-2022)*. Thesis. Department of Accounting, Faculty of Economics and Business, Universitas Muhammadiyah Makassar. Supervised by: Ismail Badollahi and Wahyuni.

The aim of this study is to determine the influence of corporate social responsibility disclosure on corporate value, with corporate transparency as a moderating variable. This research is quantitative in nature, employing a descriptive approach. The population of this study comprises all manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the period 2018-2022, with a sample size of 240 financial data from various companies. The data source utilized is secondary data obtained from official documents on the Indonesia Stock Exchange website. The data analysis model employed is moderated regression analysis (MRA), processed using the statistical software SPSS. The research findings indicate that (1) corporate social responsibility disclosure has a positive and significant impact on corporate value in manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange, and (2) corporate social responsibility disclosure has a positive and significant impact on corporate value through transparency as a moderating variable in manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange.

Keywords: *Influence of Corporate Social Responsibility, Disclosure on Corporate, Corporate Transparency.*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN.....	v
HALAMAN PERNYATAAN.....	vi
KATA PENGANTAR	ivii
ABSTRAK.....	vix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Tinjauan Teori.....	9
1. Teori <i>Stakeholder</i>	9
2. Nilai Perusahaan	10
3. Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	18
4. Transparansi Perusahaan	20
B. Tinjauan Empiris	22
C. Kerangka Pikir.....	29
D. Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Jenis Penelitian.....	32
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian	32
C. Jenis Dan Sumber Data	33
D. Populasi dan Sampel	33
1. Populasi	33
2. Sampel.....	37

E. Metode Pengumpulan Data.....	38
F. Definisi Operasional Variabel.....	39
G. Metode Analisis Data	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	44
B. Hasil Penelitian	47
1. Uji Statistik Deskriptif.....	47
2. Uji Asumsi Klasik.....	48
3. Uji Interaksi (<i>Moderated Regression Analysis</i>)	53
4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	56
5. Uji Hipotesis	57
C. Pembahasan.....	59
1. Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan	59
2. Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan Melalui Transparansi Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi.....	62
BAB V PENUTUP	66
A. Kesimpulan.....	66
B. Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN.....	72

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1	Populasi Penelitian.....	34
Tabel 3.2	Definisi Operasional Variabel	40
Tabel 4.1	Proses Pemilihan Sampel Penelitian.....	45
Tabel 4.2	Perusahaan yang Menjadi Sampel Penelitian	45
Tabel 4.3	Hasil Uji Statistik Deskriptif	47
Tabel 4.4	Hasil Uji Normalitas Sebelum <i>Casewise</i>	49
Tabel 4.5	Hasil Uji <i>Casewise Diagnostics</i>	50
Tabel 4.6	Hasil Uji Normalitas Setelah <i>Casewise</i>	50
Tabel 4.7	Hasil Uji Multikolinearitas.....	51
Tabel 4.8	Hasil uji Autokorelasi	53
Tabel 4.9	Hasil uji Model I	53
Tabel 4.10	Hasil Uji Model II	55
Tabel 4.11	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	56
Tabel 4.12	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	57
Tabel 4.13	Hasil Uji Hipotesis	58
Tabel 4.14	Hasil Uji Hipotesis.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Rata-Rata Nilai Perusahaan Sektor Manufaktur di BEI Periode 2017-2021.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2.1	Kerangka Pikir.....	29
Gambar 4.1	Hasil Uji Heterokedastisitas.....	52



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Item Pengungkapan CSR	73
Lampiran 2	Item Transparansi Perusahaan	78
Lampiran 3	Proses Pemilihan Sampel Penelitian.....	81
Lampiran 4	Tabulasi Data Penelitian	88
Lampiran 5	Hasil Output Pengujian SPSS	95
Lampiran 6	Dokumentasi	99
Lampiran 7	Surat Balasan Penelitian.....	101
Lampiran 8	Turnitin.....	102



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

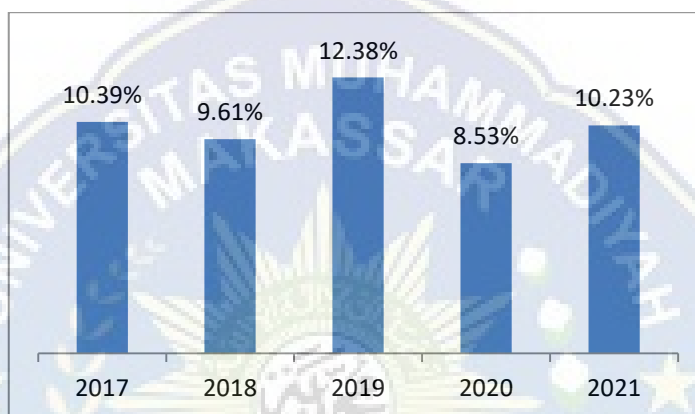
Setiap perusahaan tentunya akan selalu bertujuan untuk mempertahankan keunggulan dalam bisnisnya, dimana hal yang bisa dilakukan adalah dengan terus memaksimalkan nilai perusahaan serta mensejahterakan para pemegang saham. Cara yang bisa dilakukan untuk selalu mengoptimalkan nilai perusahaan adalah dengan melaksanakan fungsi manajemen keuangan dengan sebaik-baiknya, karena hal tersebut dapat mempengaruhi keputusan keuangan lainnya yang akan berdampak pada nilai perusahaan (Aisjah, 2018).

Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya pada kinerja perusahaan saat ini, selain itu akan memberikan gambaran mengenai prospek perusahaan di masa yang akan datang (Azis dkk, 2018). Semakin tinggi nilai perusahaan maka hal tersebut menggambarkan kemampuan hidup perusahaan yang semakin baik, dimana hal tersebut akan menarik minat para investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Tujuan utama perusahaan tentunya adalah untuk mendapatkan profit yang maksimal, sehingga banyak perusahaan yang berlomba-lomba untuk terus meningkatkan kinerjanya. Oleh karena itu, banyak perusahaan yang berusaha untuk *go public* dengan melaporkan sahamnya pada Bursa Efek Indonesia (BEI) (Safitri, 2019).

Perusahaan manufaktur merupakan salah satu sektor yang ada pada Bursa Efek Indonesia, dengan jumlah perusahaan paling banyak jika dibandingkan dengan sektor perusahaan lain yang hanya memiliki beberapa

industri saja. Namun permasalahan yang terjadi pada sektor manufaktur, dari tahun ke tahun nilai perusahaan pada sektor tersebut sering berfluktuasi naik turun, padahal sektor manufaktur merupakan salah satu sektor utama penopang pembangunan ekonomi di Indonesia (Kementerian Perindustrian RI, 2021). Berikut rata-rata nilai perusahaan pada sektor manufaktur pada periode 2017 hingga periode 2021 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Rata-Rata Nilai Perusahaan Sektor Manufaktur Di BEI Periode 2017-2021



Gambar 1.1

Sumber: Bursa Efek Indonesia (2022)

Berdasarkan gambar 1.1. menunjukkan bahwa pada periode 2017 rata-rata nilai perusahaan sektor manufaktur sebanyak 10,39%. Pada periode 2018 rata-rata nilai perusahaan sektor manufaktur turun sebanyak 0,78% menjadi 9,61%. Pada periode 2019 rata-rata nilai perusahaan sektor manufaktur meningkat sebesar 2,77% menjadi 12,38%. Pada periode 2020 rata-rata nilai perusahaan sektor manufaktur kembali menurun sebesar 3,85% menjadi 8,53%. Namun pada periode 2021 rata-rata nilai perusahaan sektor manufaktur kembali meningkat sebesar 1,7% menjadi 10,23%. Hal ini mengartikan bahwa nilai perusahaan pada sektor manufaktur yang terdaftar

di Bursa Efek Indonesia pada periode 2017 sampai 2021 belum maksimal karena masih terus mengalami fluktuasi naik dan turun.

Rendahnya nilai perusahaan merupakan reaksi pasar yang cenderung *underestimate* atau pesimis terhadap kinerja perusahaan dalam menghasilkan profit karena harga pasar tidak lain merupakan suatu gambaran dari berbagai keputusan dan kebijakan yang dilakukan oleh pihak manajemen sehingga dimungkinkan bahwa nilai perusahaan yang rendah merupakan salah satu akibat dari tindakan manajemen. Sehingga dalam hal ini diperlukan upaya untuk meningkatkan nilai perusahaan agar bisa dipandang baik oleh calon investor (Suripto, 2018).

Teori *stakeholder* menjelaskan bahwa memahami pengambilan keputusan manajerial menjadi kunci untuk memahami keseimbangan kepentingan pemangku kepentingan serta prinsip-prinsip dasar lainnya dari manajemen pemangku kepentingan. Hal ini berarti bahwa jika seorang manajer memperlakukan pemangku kepentingan atau para *stakeholder* sesuai dengan konsep pemangku kepentingan, maka hal tersebut dapat membantu perusahaan untuk bertahan dalam jangka panjang (Yusuf 2017).

Menurut Samsul (2016), ada beberapa kebijakan yang bisa dilakukan oleh pihak manajemen untuk menaikkan nilai perusahaan yaitu dengan memiliki pertanggungjawaban yang baik, tidak hanya bertanggungjawab pada internal perusahaan tetapi juga pada sisi eksternal, khususnya memberikan pertanggung jawaban lingkungan dan sosialnya kepada masyarakat dalam upaya menarik perhatian para investor. Salah satu hal yang diupayakan oleh perusahaan dalam memenuhi tanggung jawabnya terhadap lingkungan dan sosial yaitu melalui *corporate social responsibility*.

Namun fenomena yang terjadi, beberapa tahun terakhir banyak perusahaan yang hanya berfokus mencari keuntungan ekonomi saja dan tidak peduli dengan dampak yang akan ditimbulkan, sehingga terjadinya kesenjangan sosial serta kerusakan lingkungan. Menteri Lingkungan Hidup dan Kelautan (LHK) Siti Nurbaya menjelaskan bahwa berbagai aktivitas di daratan telah memberi kontribusi yang sangat besar terhadap terjadinya pencemaran dan kerusakan lingkungan laut, yang pada akhirnya telah menurunkan kualitas serta fungsi dari ekosistem laut (Antara News, 2021). Berdasar pada hal tersebut sehingga setiap perusahaan sebaiknya tidak hanya memikirkan untuk memperoleh profit saja, tetapi perusahaan juga harus mampu mengedepankan aspek ramah lingkungan agar kualitas hidup sebagian besar masyarakat dan lingkungan tetap baik. Nilai perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya melalui pengungkapan *corporate social responsibility*.

Melalui pengungkapan *corporate social responsibility* diharapkan dapat meningkatkan citra dan reputasi perusahaan yang akan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan. Menurut Utomo (2019), pengungkapan *corporate social responsibility* sangat penting karena *stakeholder* perlu memberikan penilaian dan mengevaluasi sejauhmana perusahaan tersebut dapat melaksanakan perannya sesuai dengan keinginan para *stakeholder*, sehingga menuntut adanya akuntabilitas perusahaan atas kegiatan *corporate social responsibility* yang telah dilakukan, dimana semakin baik pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan maka *stakeholder* akan memberikan dukungan penuh kepada perusahaan atas

segala kegiatan yang bertujuan untuk mencapai laba dan menaikkan nilai perusahaan.

Pada dasarnya pelaksanaan dan pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan akan memberikan manfaat tidak hanya untuk perusahaan itu sendiri, tetapi juga untuk masyarakat pada umumnya karena akan meningkatkan citra baik perusahaan dilingkungan sekitarnya, sehingga akan menjadi pertimbangan para investor untuk melakukan investasi di perusahaan tersebut, sebab bisnis tidak hanya dilihat dari laba yang didapatkan tetapi juga menekankan pada seberapa besar manfaat dari usaha yang dijalankan dapat berguna untuk orang lain (Syairozi, 2019).

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Qiu dkk (2021), yang menyimpulkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Pristianingrum (2017:1), yang menyimpulkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan berkaitan erat dengan transparansi. Menurut Utomo (2019), keterbukaan yang dilakukan oleh perusahaan kepada publik melalui penyajian informasi yang terbuka dan mudah diakses akan memberikan pertimbangan yang baik dimata *stakeholder* khususnya dalam memperlihatkan kinerja perusahaan tersebut. Menurut Franita (2018), transparansi informasi yang dilakukan oleh perusahaan dapat menjadikan pertimbangan investor untuk menambah jumlah investasinya, karena dengan

informasi yang transparan tersebut pihak-pihak yang berkepentingan seperti pemilik perusahaan, kreditur, debitur dan investor dapat mengakses informasi yang dibutuhkan, selain itu hal tersebut juga menunjukkan bahwa perusahaan tersebut tidak menutupi kerahasiaan yang dimiliki perusahaan tersebut.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Asih (2019), yang menyimpulkan bahwa transparansi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Yuliana dan Africano (2017), yang menyimpulkan bahwa transparansi perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasar pada permasalahan yang telah dipaparkan sebelumnya, sehingga sangat penting untuk mengkaji lebih dalam terkait nilai perusahaan, dimana hal ini akan memberikan pengaruh besar terhadap pandangan *stakeholder* terhadap perusahaan di masa yang akan datang. Serta adanya ketidaksesuaian hasil penelitian dari para peneliti terdahulu maka dalam hal ini penulis tertarik untuk mengangkat penelitian dengan judul “pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan melalui transparansi perusahaan (studi kasus pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia?
2. Apakah pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui transparansi perusahaan sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia.
2. Untuk mengetahui pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan melalui transparansi perusahaan sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat untuk beberapa pihak.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi pada bidang akuntansi, khususnya terkait nilai perusahaan. Serta diharapkan

dapat menjadi bahan pertimbangan serta masukan bagi para peneliti selanjutnya yang juga mengangkat topik penelitian yang sama.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan sumbangan pemikiran tentang pentingnya setiap perusahaan untuk meningkatkan kepedulian pada lingkungan sosialnya, mengingat hal tersebut memberikan efek yang baik terhadap peningkatan nilai perusahaan dan cara pandang pada *stakeholder* terhadap perusahaan di masa yang akan datang.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teori

1. Teori *Stakeholder*

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan sudah mulai dikenal sejak awal tahun 1970an, yang secara umum dikenal dengan istilah teori *stakeholder* yang artinya sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan. Teori *stakeholder* menjelaskan bahwa seorang manajer sebagai figur sentral dari pendekatan *stakeholder*. Oleh karena itu, memahami pengambilan keputusan manajerial mungkin menjadi kunci untuk memahami keseimbangan kepentingan pemangku kepentingan serta prinsip-prinsip dasar lainnya dari manajemen pemangku kepentingan. Hal ini berarti bahwa jika seorang manajer memperlakukan pemangku kepentingan atau para *stakeholder* sesuai dengan konsep pemangku kepentingan, maka hal tersebut dapat membantu perusahaan untuk bertahan dalam jangka panjang (Yusuf 2017).

Suatu perusahaan harus bisa membangun hubungan yang baik dengan para pemangku kepentingan untuk keberlangsungan hidup perusahaannya. Inisiatif pengungkapan *corporate social responsibility* dapat menjadi salah satu cara untuk membangun hubungan baik dengan para pemangku kepentingan. *Corporate social responsibility* sebagai bentuk pertanggung jawaban suatu perusahaan terhadap pemangku

kepentingan. Pengungkapan *corporate social responsibility* ini juga diharapkan dapat memenuhi keinginan para pemangku kepentingan dan membantu dalam pengambilan keputusan (Budiasni dan Darma, 2020).

Kepuasan para pemangku kepentingan atas pengungkapan *corporate social responsibility* akan membangun kepercayaan terhadap perusahaan. Tentunya hal tersebut akan membangun *image* perusahaan sehingga para pelanggan akan loyal terhadap produk perusahaan. Loyalitas pelanggan memicu peningkatan penghasilan kedepannya yang akhirnya berdampak kepada keuangan perusahaan kedepannya. Peningkatan pada sisi kinerja keuangan tersebut diharapkan bisa menambah penilaian para pemangku kepentingan terhadap nilai perusahaan (Yusuf, 2017).

Hubungan teori *stakeholder* dengan penelitian yang akan dilakukan menjelaskan bahwa semua pemangku kepentingan atau para *stakeholder* memiliki hak untuk memperoleh informasi mengenai aktivitas perusahaan salah satunya dengan pengungkapan *corporate social responsibility* yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan mereka, sehingga akan berujung pada peningkatan nilai perusahaan.

2. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah kinerja perusahaan yang dicerminkan melalui harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran ke pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan (Harmono, 2019). Menurut Sutedi (2018), nilai perusahaan adalah kondisi yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan tersebut

setelah melalui suatu proses aktivitas selama beberapa tahun, mulai dari perusahaan tersebut didirikan hingga saat ini. Menurut Indriarini (2019), nilai perusahaan adalah gambaran mengenai keadaan umum perusahaan. Investor menjadikan nilai perusahaan sebagai ukuran terhadap sebuah perusahaan yang sering dihubungkan dengan harga saham. Tingginya nilai perusahaan mengindikasikan akan tingginya tingkat kemakmuran sebagai pemegang saham.

Berdasarkan pemaparan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan dapat menggambarkan seberapa besar manfaat yang akan diperoleh investor dari perusahaan tersebut. Pesatnya perkembangan di Bursa Efek mengakibatkan para investor semakin teliti dalam hal memilih perusahaan yang akan mereka jadikan sebagai tempat investasi. Kesalahan dalam memilih dapat merugikan investor itu sendiri. Dalam hal ini diperlukan adanya ketelitian yang tinggi dalam hal membaca laporan keuangan yang perusahaan tersebut publikasikan.

Untuk memaksimalkan nilai perusahaan berbeda dengan cara memaksimalkan keuntungan (laba). Memaksimal nilai perusahaan dapat dilihat melalui aspek yang lebih luas dari memaksimalkan suatu keuntungan (laba). Ada beberapa aspek yang bisa dijadikan pedoman dalam memaksimalkan nilai perusahaan, antara lain: (Aisjah 2018)

a. Menghindari resiko yang tinggi

Jika perusahaan sedang melakukan operasi dalam jangka panjang, maka yang harus dihindari adalah tingkat resiko yang tinggi. Proyek-proyek yang memiliki kemungkinan laba yang tinggi tetapi mengandung resiko yang tinggi juga, maka perlu dihindari. Menerima

proyek-proyek tersebut maka akan memungkinkan terjadinya kegagalan yang dapat mematahkan kelangsungan hidup perusahaan.

b. Membayarkan deviden

Deviden merupakan pembagian laba yang diberikan kepada pemegang saham oleh perusahaan. Deviden harus disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan maupun kebutuhan bagi para pemegang saham. Pada saat perusahaan sedang mengalami pertumbuhan deviden, maka perusahaan dapat memupuk dana yang diperlukan pada saat pertumbuhan tersebut. Akan tetapi, jika keadaan perusahaan sudah bagus atau dalam artian penerimaan yang diperoleh sudah cukup besar, sedangkan kebutuhan pemupukan dana tidak begitu besar maka perusahaan dapat membantu menarik para investor untuk mencari deviden dan hal ini dapat membantu perusahaan dalam hal memelihara perusahaan.

c. Mengusahakan pertumbuhan

Jika perusahaan dapat mengembangkan penjualannya, maka akan memberikan dampak terjadinya keselamatan usaha di dalam persaingan di pasar. Sehingga perusahaan akan berusaha untuk memaksimalkan nilai perusahaan, yang secara terus menerus akan mengusahakan pertumbuhan dari penjualan dan penghasilannya.

d. Mempertahankan tingginya harga pasar saham

Harga saham di pasar adalah perhatian utama para manajer keuangan dalam hal memberikan kemakmuran kepada para pemegang saham serta pada pemilik perusahaannya. Manajer harus selalu berusaha ke arah yang lebih baik dalam hal mendorong

masyarakat agar bersedia menanamkan uangnya ke perusahaan tersebut. Dengan pemilihan investasi yang tepat maka perusahaan akan mencerminkan petunjuk sebagai tempat penanaman modal yang bijaksana bagi masyarakat. Hal ini akan membantu mempertinggi nilai dari perusahaan. Memaksimalkan keuntungan (laba) yang akan bertumpu pada pandangan jangka pendek pada perusahaan, jika hanya sekedar ingin meningkatkan keuntungan perusahaan.

Ukuran yang paling tepat digunakan dalam mengukur nilai perusahaan adalah dengan rasio penilaian (*valuation*), karena melalui rasio tersebut akan mencerminkan resiko dengan hasil pengembalian yang akan didapatkan nantinya. Rasio penilaian sangat penting karena rasio tersebut berkaitan langsung dengan tujuan memaksimalkan nilai perusahaan dan kekayaan para pemegang saham. Rasio penilaian tersebut adalah market value ratio yang berasal dari beberapa jenis rasio, yaitu rasio *price to book value* (PBV), *price earning ratio*, dan *cash flow ratio* (Weston dan Copeland, 2020).

a. *Price to book value* (PBV)

Hubungan antara harga pasar saham dengan nilai buku per lembar saham digunakan sebagai pendekatan alternatif untuk menentukan nilai saham dalam suatu perusahaan, karena secara teoritis, nilai pasar suatu saham haruslah mencerminkan nilai buku pada perusahaan tersebut (Tandelilin 2020). Sedangkan menurut (Rivai dkk, 2018), *price to book value* (PBV) adalah rasio yang digunakan untuk menilai apakah suatu saham mengalami undervalued atau overvalued. Saham dikatakan *undervalued* jika harga saham

dibawah nilai buku perusahaan, sedangkan saham dikatakan *overvalued* jika harga saham melebihi nilai buku.

Nilai buku (*book value*) per lembar saham menunjukkan aktiva bersih yang dimiliki oleh pemegang saham dengan memiliki satu lembar saham. Sebab aktiva bersih sama dengan total ekuitas pemegang saham, sehingga nilai buku per lembar saham merupakan total ekuitas yang dibagi dengan jumlah saham yang beredar. *Price to book value* (PBV) dapat menjelaskan seberapa besar masyarakat mampu menghargai nilai buku saham emiten, sehingga ini merupakan rasio antara saham yang berlaku dengan nilai pada buku saham (Jogiyanto 2016).

Menurut Damodaran (2021), ada beberapa keunggulan yang dimiliki oleh *price to book value* (PBV), antara lain:

- 1) Nilai buku memberikan standar akuntansi yang bersifat konsisten untuk semua perusahaan. Nilai *price to book value* dapat dibandingkan antara perusahaan-perusahaan yang sama sebagai petunjuk akan adanya nilai undervalued atau overvalued.
- 2) Nilai buku memiliki ukuran intuitif yang relatif stabil, yang dapat diandingkan dengan harga pasar. Investor yang memiliki tingkat kepercayaan rendah melalui metode *discounted cash flow*, maka dapat menggunakan *price to book value* sebagai perbandingannya.
- 3) Perusahaan-perusahaan dengan earning negatif yang tidak bisa dinilai dengan menggunakan price earning ratio maka dapat menggunakan evaluasi dengan metode *price to book value*.

Adapun rumus untuk menghitung nilai perusahaan berdasarkan *price to book value* adalah sebagai berikut: (Rivai dkk, 2018)

$$PBV = \frac{\text{Harga Perlembar Saham}}{\text{Nilai Buku Per Lembar Saham}} \times 100\%$$

b. *Price earning ratio (PER)*

Price earning ratio (PER) merupakan salah satu rasio dari nilai pasar yang digunakan oleh analisis fundamental dalam menganalisa keputusan investasi terhadap suatu perusahaan. Rasio ini tergantung pada data pasar keuangan, seperti harga pasar saham biasa pada perusahaan. Analisis fundamental adalah analisis untuk menghitung nilai intrinsik suatu perusahaan dengan menggunakan data keuangan perusahaan, nilai intrinsip perusahaan tersebut dapat diwujudkan dengan harga saham (Tandelilin 2020). Sedangkan menurut Rivai dkk (2018), pendekatan *price earning ratio (PER)* dapat dilihat berdasarkan rasio harga pasar saham dengan *earning per share (EPS)*. Dimana hal ini memberikan hasil suatu rasio dari harga saham terhadap tingkat laba dan juga price earning ratio dengan memberikan patokan dalam saham sehingga memberikan kemudahan didalam membuat estimasi yang nantinya akan digunakan sebagai masuk dalam *price earning ratio*.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi nilai *price earning ratio (PER)* antara lain: (Tandelilin 2020)

- 1) Tingkat keuntungan yang diisyaratkan oleh pemodal, yaitu tingkat keuntungan yang dianggap layak bagi para investor pada suatu saham dalam perusahaan. Faktor ini memiliki pengaruh yang

negatif dengan PER, karena apabila keuntungan yang diperoleh atas suatu saham lebih kecil dari tingkat keuntungan yang diisyaratkan, maka akan semakin rendah nilai price earning ratio dengan asumsi faktor lain konstan.

2) Rasio laba yang dibayarkan sebagai deviden, yaitu bagian laba pada perusahaan yang dibayarkan dalam bentuk deviden. Faktor ini memiliki pengaruh yang positif terhadap nilai PER, karena besarnya DPR (*dividen payout ratio*) menentukan tingkat nilai deviden yang diterima oleh pemilik saham terutama pada pasar modal yang didominasi apabila faktor-faktor yang mempengaruhi price earning ratio konstan. Sehingga semakin tinggi nilai DPR maka akan semakin tinggi pula nilai *price earning ratio*.

3) Perubahan deviden, akan memberikan pengaruh yang positif terhadap nilai price earning ratio karena deviden yang meningkat akan dijadikan sebagai cerminan prospek yang baik sehingga para investor pada suatu saham semakin menarik. Dengan demikian, apabila faktor yang lagi konstan, maka semakin tinggi nilai deviden maka akan semakin tinggi pula nilai *price earning ratio*.

c. *Cash flow ratio*

Cash flow ratio adalah pengukuran untuk membandingkan harga pasar saham terhadap jumlah aliran kas yang dihasilkan per saham perusahaan, dan digunakan oleh para investor untuk mengevaluasi daya tarik investasi mereka dari sudut pandang sebuah saham perusahaan (Tandelilin 2020).

Tujuan utama laporan arus kas adalah menyediakan informasi

yang relevan mengenai penerimaan dan pengeluaran kas perusahaan selama periode tertentu. Analisis aliran dana merupakan metode paling akurat yang bisa digunakan untuk meramalkan perusahaan dalam jangka panjang. Peramal mungkin saja membuat kesalahan mengenai sekian banyak data dari bisnis yang ada pada suatu perusahaan. Ia dapat over estimate terhadap daya serap pasar, laju inflasi, profit, rasio modal kerja dengan volume penjualan. Tetapi yang terpenting adalah bahwa ia bisa manaksir dan mempertimbangkan semua pos-pos ini sebaik mungkin. Ia tidak akan muncul misalnya dalam suatu ramalan yang menerapkan persediaan yang negatif, karena ramalan kasir akan lebih akurat untuk jangka pendek yaitu pada periode yang normal bagi para pengumpul piutang, semisal sampai tiga bulan. Sesudah tiga bulan ia hanya dapat membuat trend yang mendekati benar dalam penerimaan dan pengeluaran serta didasari oleh asumsi straight line trend (Rivai dkk, 2018).

Untuk bisa menganalisis kinerja keuangan suatu perusahaan dengan menggunakan metode *cash flow ratio*, maka laporan arus kas yang memuat dinamika *cash flow* perlu dipilah kedalam tiga kelompok aktivitas utama yang dinamakan trichotomy cash flow yang terdiri dari, sebagai berikut: (Tandelilin 2020)

- 1) *Cash flow from operating (CFFO) activities*, yaitu *cash flow* dari aktivitas perusahaan yang berkaitan langsung dengan produksi, pembelian, penjualan barang atau jasa, pembelian material hingga pada laba atau rugi perusahaan.
- 2) *Cash flow from investing activities*, yaitu aktivitas reinvestasi yang

mendukung kegiatan operasi perusahaan serta berkaitan dengan pembelian dan penjualan aktiva tetap. Aktivitas investasi mencakup pembuangan dan pembelian aset tetap dan non lancar seperti mesin dan properti investasi. Arus kas dari aktivitas investasi merupakan perubahan dalam posisi kas entitas yang dihasilkan dari investasi di pasang keuangan serta anak perusahaan yang beroperasi, dan perusahaan yang dihasilkan tersebut dari dana yang dikeluarkan untuk investasi dalam aset modal seperti pabrik dan peralatan.

- 3) *Cash flow financing activities*, yaitu *cash flow* yang berkaitan dengan transaksi pendanaan dari hutang dan modal. Oleh sebab itu, hutang dan ekuitas merupakan petunjuk usaha yang disebabkan oleh pendanaan dari hutang maupun ekuitas yang dibutuhkan untuk mendukung kebutuhan operasi jangka panjang perusahaan. Rasio investasi dan pendanaan menggambarkan kemampuan berinvestasi dan sumber pembiayaan perusahaan selama periode tertentu.

3. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Corporate social responsibility merupakan satu-satunya cara bagi perusahaan untuk menunjukkan bentuk pertanggung jawabnya secara bisnis menggunakan sumber daya perusahaan untuk memperoleh laba dengan (tetap) menggunakan cara yang benar dan patuh terhadap ketentuan yang berlaku (Utomo, 2019). Menurut Samsul (2016), *corporate social responsibility* merupakan upaya perusahaan untuk memperlakukan pemangku kepentingan dengan cara etis dan bertanggung jawab dari

aspek sosial dan ekonomi. Menurut Sutedi (2018), *corporate social responsibility* merupakan komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, melalui praktik bisnis dan sumber daya perusahaan.

Corporate social responsibility merupakan konsepsi perusahaan tentang kepedulian sosial dan lingkungan yang diintegrasikan dalam proses bisnis dan secara sukarela berinteraksi dengan pemangku kepentingan (Suryonugroho, 2016). Menurut Syairozi (2019), *corporate social responsibility* merupakan komitmen pelaku usaha secara berkelanjutan dengan mengedepankan etika sebagai pedoman perilaku, berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi serta meningkatkan perbaikan kualitas hidup pemangku kepentingan seperti pekerja dan keluarganya, komunitas sekitar serta masyarakat luas.

Pengungkapan *corporate social responsibility* sangat penting karena *stakeholder* perlu memberikan penilaian dan mengevaluasi sejauhmana perusahaan tersebut dapat melaksanakan perannya sesuai dengan keinginan para *stakeholder*, sehingga menuntut adanya akuntabilitas perusahaan atas kegiatan *corporate social responsibility* yang telah dilakukan, dimana semakin baik pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan maka *stakeholder* akan memberikan dukungan penuh kepada perusahaan atas segala kegiatan yang bertujuan untuk mencapai laba dan menaikkan nilai perusahaan (Utomo, 2019).

Pada dasarnya pelaksanaan dan pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan akan memberikan manfaat

tidak hanya untuk perusahaan itu sendiri, tetapi juga untuk masyarakat pada umumnya karena akan meningkatkan citra baik perusahaan di lingkungan sekitarnya, sehingga akan menjadi pertimbangan para investor untuk melakukan investasi di perusahaan tersebut, sebab bisnis tidak hanya dilihat dari laba yang didapatkan tetapi juga menekankan pada seberapa besar manfaat dari usaha yang dijalankan dapat berguna untuk orang lain (Syairozi, 2019).

Berdasarkan pemaparan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa *corporate social responsibility* merupakan tanggung jawab perusahaan dalam bentuk kepedulian sosial perusahaan terhadap masyarakat, dimana dalam kegiatan ini bermaksud untuk menjalin hubungan timbal balik yang saling menguntungkan antara perusahaan dengan masyarakat luas.

Pehitungan variabel *corporate social responsibility* merujuk pada *global reporting initiative*. Adapun rumus yang dapat untuk menghitung variabel *corporate social responsibility* adalah sebagai berikut: (Prastowo dan Huda, 2018)

$$CSR = \frac{\sum X}{n} \times 100\%$$

Keterangan:

x : Item yang diungkapkan

n : Total item *corporate social responsibility* (79 item)

4. Transparansi Perusahaan

Transparansi perusahaan merupakan keterbukaan dalam melaksanakan proses pengambilan keputusan dan dalam

mengemukakan informasi materil dan relevan mengenai perusahaan secara akurat dan tepat waktu (Ilmiani dan Sutrisno, 2014). Menurut Suropto (2018), transparansi perusahaan merupakan informasi yang terbuka, tepat waktu serta jelas dan dapat diperbandingkan yang menyangkut keadaan keuangan, pengelolaan perusahaan, kinerja operasional dan kepemilikan perusahaan.

Transparansi perusahaan merupakan keterbukaan informasi, baik dalam proses pengambilan keputusan maupun dalam pengungkapan informasi yang relevan mengenai perusahaan. Prinsip ini sangat penting bagi pemegang saham dan merupakan hak pemegang saham untuk mendapatkan informasi yang akurat dan tepat pada waktunya mengenai semua hal yang penting bagi kinerja perusahaan, kepemilikan dan para pemegang kepentingan (*stakeholder*) (Utomo 2019).

Menurut Utomo (2019), keterbukaan yang dilakukan oleh perusahaan kepada publik melalui penyajian informasi yang terbuka dan mudah diakses akan memberikan pertimbangan yang baik dimata *stakeholder* khususnya dalam memperlihatkan kinerja perusahaan tersebut. Menurut Franita (2018), transparansi informasi yang dilakukan oleh perusahaan dapat menjadikan pertimbangan investor untuk menamba jumlah investasinya, karena dengan informasi yang transparan tersebut pihak-pihak yang berkepentingan seperti pemilik perusahaan, kreditur, debitur dan investor dapat mengakses informasi yang dibutuhkan, selain itu hal tersebut juga menunjukkan bahwa perusahaan tersebut tidak menutupi kerahasiaan yang dimiliki perusahaan tersebut.

Berdasarkan pemaparan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa transparansi perusahaan merupakan penyajian informasi yang dilakukan oleh perusahaan kepada *stakeholder* secara jelas, nyata, dan tepat sesuai dengan kondisi yang terjadi pada perusahaan di periode tersebut.

Perhitungan variabel transparansi perusahaan merujuk pada Peraturan Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan (Bapepam) menggunakan indeks pengungkapan sukarela. Adapun rumus yang dapat untuk menghitung variabel transparansi perusahaan adalah sebagai berikut: (Nuryaman, dalam Ilmiani dan Sutrisno, 2014)

$$\text{Transparansi} = \frac{n}{k} \times 100\%$$

Keterangan:

N : Jumlah item pengungkapan sukarela yang ada dalam laporan keuangan

k : Jumlah semua item pengungkapan sukarela (39 item)

B. Tinjauan Empiris

Untuk memperkuat penelitian ini, maka penulis merujuk pada beberapa peneliti terdahulu yang juga mengangkat topik penelitian mengenai pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan melalui transparansi perusahaan. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang digunakan sebagai rujukan dalam penelitian ini.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti Dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel	Metode Dan Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	Suryonugroho (2016)	Pengaruh <i>corporate social responsibility</i> (CSR) terhadap nilai perusahaan	Variabel <i>independen: corporate social responsibility</i> Variabel <i>dependen: nilai perusahaan</i> Variabel moderasi: kepemilikan institusional	Metode penelitian kuantitatif. Model analisis regresi linear berganda	<ol style="list-style-type: none"> 1. CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 2. CSR yang diproksikan dengan indeks <i>environment</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 3. CSR yang diproksikan dengan indeks <i>community</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 4. CSR yang diproksikan dengan indeks <i>employment</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 5. Kepemilikan institusional mampu memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan
2	Dianawati dan Fuadati	Pengaruh CSR dan GCG	Variabel <i>independen:</i>	Metode penelitian	1. CSR, GCG dan

No	Nama Peneliti Dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel	Metode Dan Alat Analisis	Hasil Penelitian
	(2016)	terhadap nilai perusahaan (profitabilitas sebagai variabel intervening)	CSR dan GCG Variabel <i>dependen</i> : nilai perusahaan Variabile intervening: profitabilitas	kuantitatif Model analisis jalur (<i>path analysis</i>)	profitabilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 2. CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 3. GCG berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 4. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan
3	Pristianingrum (2017)	Pengaruh ukuran, profitabilitas, dan pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia	Variabel <i>independen</i> : ukuran perusahaan, profitabilitas dan pengungkapan CSR Variabel <i>dependen</i> : nilai perusahaan	Metode penelitian kuantitatif Model analisis regresi linear berganda	1. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan 2. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 3. CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan 4. Ukuran perusahaan,

No	Nama Peneliti Dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel	Metode Dan Alat Analisis	Hasil Penelitian
					profitabilitas dan CSR secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan
4	Yuliana dan Africano (2017)	Analisis pengaruh penghindaran pajak, ukuran perusahaan, <i>leverage</i> dan transparansi terhadap nilai perusahaan (studi pada perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index periode tahun 2012-2016)	<p>Variabel <i>independen</i>: penghindaran pajak, ukuran perusahaan, <i>leverage</i> dan transparansi</p> <p>Variabel <i>dependen</i>: nilai perusahaan</p>	<p>Metode penelitian kuantitatif</p> <p>Model analisis regresi linear berganda</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penghindaran pajak berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 2. Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 3. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan 4. Transparansi tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan
5	Asih (2019)	Pengaruh <i>tax avoidance</i> , transparansi informasi, kebijakan hutang dan manajemen laba terhadap nilai perusahaan manufaktur sektor <i>food and beverages</i>	<p>Variabel <i>independen</i>: <i>tax avoidance</i>, transparansi informasi, kebijakan hutang dan manajemen laba</p> <p>Variabel <i>dependen</i>: nilai</p>	<p>Metode penelitian kuantitatif</p> <p>Model analisis regresi linear berganda</p>	<ol style="list-style-type: none"> 5. <i>Tax avoidance</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan 6. Transparansi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan

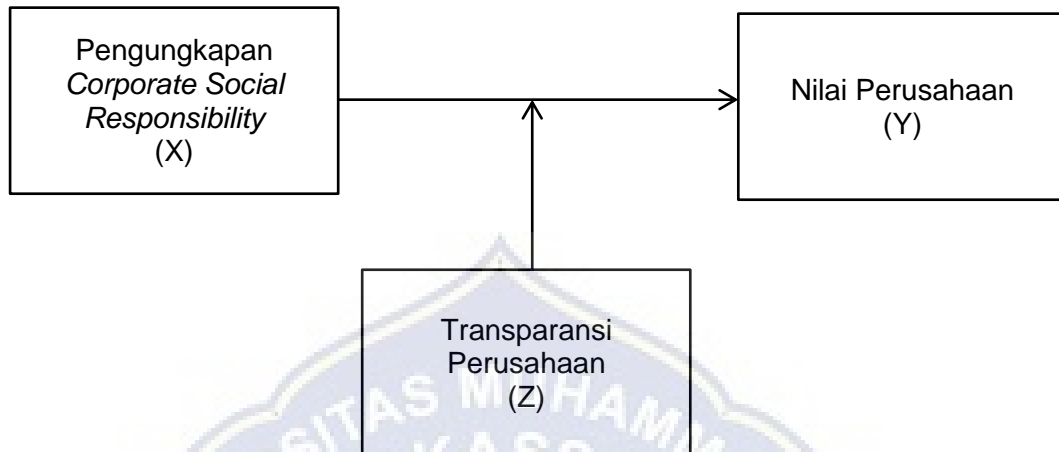
No	Nama Peneliti Dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel	Metode Dan Alat Analisis	Hasil Penelitian
		tahun 2014-2018	perusahaan		7. Kebijakan hutan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 8. Manajemen laba tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan
6	Khasanah dan Sucipto (2020)	Pengaruh <i>corporate social responsibility</i> (CSR) dan <i>good corporate governance</i> (GCG) terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening	Variabel <i>independen</i> : <i>corporate social responsibility</i> (CSR) dan <i>good corporate governance</i> (GCG) Variabel <i>dependen</i> : nilai perusahaan Variabel <i>intervening</i> : profitabilitas	Metode penelitian kuantitatif Model analisis jalur (<i>path analysis</i>)	1. CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan 2. CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas 3. GCG tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan 4. GCG tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas 5. Profitabilitas tidak mampu menjadi variabel intervening pada hubungan CSR terhadap nilai perusahaan 6. Profitabilitas tidak mampu menjadi

No	Nama Peneliti Dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel	Metode Dan Alat Analisis	Hasil Penelitian
					variabel intervening pada hubungan GCG terhadap nilai perusahaan
7	Wisti dkk (2021)	Analisis pengaruh <i>tax planning</i> dan <i>corporate social responsibility</i> terhadap <i>firm value</i> model rasio Tobins'q dengan <i>transparency</i> sebagai variabel moderasi	Variabel <i>independen: tax planning dan corporate social responsibility</i> Variabel <i>dependen: firm value</i> (nilai perusahaan) Variabel moderasi: <i>transparency</i> (transparansi)	Metode penelitian kuantitatif Model <i>moderated regression analysis</i> (MRA)	1. <i>Tax planning</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 2. CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 3. <i>Transparency</i> dapat memoderasi pengaruh <i>tax planning</i> terhadap nilai perusahaan 4. <i>Transparency</i> dapat memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan
8	Muhlis dan Gultom (2021)	Pengaruh pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> terhadap nilai perusahaan BUMN sektor pertambangan	Variabel <i>independen: pengungkapan corporate social responsibility</i> Variabel <i>dependen: nilai perusahaan</i>	Metode penelitian kuantitatif Model analisis regresi linear berganda	1. Indikator lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 2. Indikator sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai

No	Nama Peneliti Dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel	Metode Dan Alat Analisis	Hasil Penelitian
					<p>perusahaan</p> <p>3. CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan</p>
9	Kesumastuti dan Dewi (2021)	Pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan dengan usia dan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi	<p>Variabel <i>independen</i>: pengungkapan CSR</p> <p>Variabel <i>dependen</i>: nilai perusahaan</p> <p>Variabel moderasi: usia dan ukuran perusahaan</p>	<p>Metode penelitian kuantitatif</p> <p>Model <i>moderated regression analysis</i> (MRA)</p>	<p>1. CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan</p> <p>2. Usia perusahaan mampu memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan</p> <p>3. Ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan</p>
10	Qiu dkk (2021)	<i>can corporate social responsibility protect firm value during the covid-19 pandemic</i>	<p>Variabel <i>independen</i>: <i>corporate social responsibility</i></p> <p>Variabel <i>dependen</i>: <i>firm value</i> (nilai perusahaan)</p>	<p>Metode penelitian kuantitatif</p> <p>Model analisis regresi linear sederhana</p>	4. <i>Corporate social responsibility</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>firm value</i>

C. Kerangka fikir

Gambar 2.1
Kerangka Pikir



Sumber: Wistidkk (2021)

D. Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara yang dianggap besar kemungkinannya untuk menjadi jawaban yang benar. Dari sisi lain dapat pula dikatakan bahwa hipotesis dalam penelitian merupakan jawaban sementara atas pertanyaan atau masalah yang diajukan dalam penelitian (Sugiyono 2020). Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Pelaksanaan dan pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan akan memberikan manfaat tidak hanya untuk perusahaan itu sendiri, tetapi juga untuk masyarakat pada umumnya karena akan meningkatkan citra baik perusahaan dilingkungan sekitarnya, sehingga akan menjadi pertimbangan para investor untuk

melakukan investasi di perusahaan tersebut, sebab bisnis tidak hanya dilihat dari laba yang didapatkan tetapi juga menekankan pada seberapa besar manfaat dari usaha yang dijalankan dapat berguna untuk orang lain (Syairozi, 2019). Semakin baik pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan maka *stakeholder* akan memberikan dukungan penuh kepada perusahaan atas segala kegiatan yang bertujuan untuk mencapai laba dan menaikkan nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Qiu dkk (2021), menyimpulkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Suryonugroho (2016), yang menyimpulkan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan pemaparan teori dan dukungan penelitian terdahulu, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁: Pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia.

2. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan Melalui Transparansi Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia

Ada beberapa kebijakan yang bisa dilakukan oleh pihak manajemen untuk menaikkan nilai perusahaan yaitu dengan memiliki pertanggungjawaban yang baik, tidak hanya bertanggungjawab pada internal perusahaan tetapi juga pada sisi eksternal, khususnya

memberikan pertanggung jawaban lingkungan dan sosialnya kepada masyarakat dalam upaya menarik perhatian para investor. Salah satu hal yang diupayakan oleh perusahaan dalam memenuhi tanggung jawabnya terhadap lingkungan dan sosial yaitu melalui *corporate social responsibility* (Samsul 2016). Melalui pengungkapan *corporate social responsibility* diharapkan dapat meningkatkan citra dan reputasi perusahaan yang akan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan. Sedangkan pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan berkaitan erat dengan transparansi.

Penelitian yang dilakukan oleh Asih (2019), menyimpulkan bahwa transparansi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan Wisti dkk (2021), yang menyimpulkan bahwa *transparency* dapat memoderasi pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan pemaparan teori dan dukungan penelitian terdahulu, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₂: Pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan melalui transparansi perusahaan sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2020), penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan fenomena yang ada menggunakan angka-angka untuk menganalisis secara spesifik dan terukur terhadap suatu karakteristik individu atau kelompok. Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif. Menurut Sugiyono (2020), pendekatan kuantitatif deskriptif merupakan pendekatan yang bertujuan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian secara lengkap terkait *setting social* atau hubungan antara fenomena yang akan diuji, tetapi cakupannya tidak menyeluruh melainkan lebih terfokus pada satu situasi.

Pada penelitian ini, peneliti bermaksud untuk mengkaji secara mendalam fenomena yang terjadi terkait pengungkapan *corporate social responsibility*, nilai perusahaan dan transparansi perusahaan pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia, sehingga dapat diperoleh fakta secara nyata dan diukur berdasarkan angka yang pasti untuk mendapatkan kesimpulan yang lebih terfokus.

B. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di Bursa Efek Indonesia. Alasan penulis memilih lokasi penelitian ini karena penulis mendapatkan suatu permasalahan yang menarik untuk diteliti sesuai dengan pemaparan

masalah yang telah dijelaskan di bab sebelumnya. Penelitian ini akan dilaksanakan selama 3 bulan yaitu pada bulan November 2022 sampai Januari 2023.

C. Jenis Dan Sumber Data

Jenis data adalah sekumpulan data yang diperoleh oleh peneliti kemudian nantinya akan diolah agar memberikan hasil sesuai dengan tujuan dilakukannya suatu penelitian (Sugiyono 2020). Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung terkait informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka. Pada penelitian ini jenis data kuantitatif yang dimaksudkan adalah data berupa angka yang diperoleh dari laporan keuangan yang dipublikasikan oleh Bursa Efek Indonesia.

Sumber data merupakan suatu informasi yang didapatkan oleh peneliti, dimana data tersebut akan diolah nantinya untuk menghasilkan informasi yang baru sehingga dapat bermanfaat bagi para pembacanya (Hardani dkk, 2020). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data sekunder. Pada penelitian ini sumber data sekunder yang digunakan adalah dokumen yang didapatkan dari website resmi Bursa Efek Indonesia yaitu www.idx.co.id, berupa laporan keuangan pada periode 2018-2022.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

kesimpulannya (Sugiyono 2020). Populasi dalam penelitian ini adalah semua perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2018-2022 yang berjumlah 166 perusahaan.

Tabel 3.1
Populasi Penelitian

No	Nama Perusahaan	Kode Saham
1	PT Akasha Wira International Tbk	ADES
2	PT Polychem Indonesia Tbk	ADMG
3	PT Aneka Gas Industri Tbk	AGII
4	PT FKS Food Sejahtera Tbk	AISA
5	PT Alam Karya Unggul Tbl	AKKU
6	PT Argha Karya Prima Industry Tbk	AKPI
7	PT Alkindo Naratama Tbk	ALDO
8	PT Alaskan Industrindo Tbk	ALKA
9	PT Alumindo Light Metal Industry Tbk	ALMI
10	PT Tri Banyan Tirta Tbk	ALTO
11	PT Asahimas Flat Glass Tbk	AMFG
12	PT Ateliers Mecanuques D'Indonesia Tbk	AMIN
13	PT Asiaplast Industries Tbk	APLI
14	PT Argo Pantes Tbk	ARGO
15	PT Arkha Jayanti Persada Tbk	ARKA
16	PT Arwana Citra Mulia Tbk	ARNA
17	PT Astra International Tbk	ASII
18	PT Astra Otoparts Tbk	AUTO
19	PT Saranacentral Bajatama Tbk	BAJA
20	PT Sepatu Bata Tbk	BATA
21	PT Trisula Textile Industries Tbk	BELL
22	PT Primarindo Asia Infrastructure Tbk	BIMA
23	PT Garuda Metalindo Tbk	BOLT
24	PT Indo Kordsa Tbk	BRAM
25	PT Berlina Tbk	BRNA
26	PT Barito Pasific Tbk	BRPT
27	PT Betonjaya Manunggal Tbk	BTON
28	PT Budi Starch & Sweetener Tbk	BUDI
29	PT Cahayaputra Asa Keramik Tbk	CAKK
30	PT Campina Ice Cream Industry Tbk	CAMP
31	PT Communication Cable System Indonesia Tbk	CCSI
32	PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk	CEKA
33	PT Chitose International Tbk	CINT
34	PT Sariguna Primatirta Tbk	CLEO
35	PT Century Textile Industry Tbk	CNTX
36	PT Wahana Interfood Nusantara Tbk	COCO
37	PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk	CPIN
38	PT Citra Turbindo Tbk	CTBN

No	Nama Perusahaan	Kode Saham
39	PT Delta Djakarta Tbk	DLTA
40	PT Diamond Food Indonesia Tbk	DMND
41	PT Duta Pertiwi Nusantara Tbk	DPNS
42	PT Darya Varia Laboratoria Tbk	DVLA
43	PT Ekadharna International Tbk	EKAD
44	PT Eratex Djaya Tbk	ERTX
45	PT Sinergi Inti Plastindo Tbk	ESIP
46	PT Ever Shine Tex Tbk	ESTI
47	PT Eterindo Wahanatama Tbk	ETWA
48	PT Fajar Surya Wisesa Tbk	FASW
49	PT Lotte Chemical Titan Tbk	FPNI
50	PT Gunawan Dianjaya Steel Tbk	GDST
51	PT Goodyear Indonesia Tbk	GDYR
52	PT Gudang Garam Tbk	GGRM
53	PT Gunung Raja Paksi Tbk	GGRP
54	PT Gajah Tunggal Tbk	GJTL
55	PT Garuda Maintenance Facility Aero Asia Tbk	GMFI
56	PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk	GOOD
57	PT Panasia Indo Resouces Tbk	HDTX
58	PT Handjaya Mandala Sampoerna Tbk	HMSP
59	PT Buyung Poetra Sembada Tbk	HOKI
60	PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	ICBP
61	PT Indonesia Fireboard Industry Tbk	IFII
62	PT Champion Pasific Indonesia Tbk	IGAR
63	PT Intikeramik Alamsri Industri Tbk	IKAI
64	PT Era Mandiri Cemerlang Tbk	IKAN
65	PT Sumi Indo Kabel Tbk	IKBI
66	PT Indomobil Sukses International Tbk	IMAS
67	PT Indofarma (Persero) Tbk	INAF
68	PT Indal Alumunium Industry Tbk	INAI
69	PT Intanwijaya International Tbk	INCI
70	PT Indofood Sukses Makmur Tbk	INDF
71	PT Indospring Tbk	INDS
72	PT Indah Kiat Pulp & Paper Tbk	INKP
73	PT Toba Pulp Lestasi Tbk	INRU
74	PT Indocement Tunggol Prakasa Tbk	INTP
75	PT Indopoly Swakarsa Industry Tbk	IPOL
76	PT Steel Pipe Industry Of Indonesia Tbk	ISSP
77	PT Indonesia Tobacco Tbk	ITIC
78	PT Jembo Cable Company Tbk	JECC
79	PT Jakarta Kyoei Steel Work LTD Tbk	JKSW
80	PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk	JPFA
81	PT Sky Energi Indonesia Tbk	JSKY
82	PT Kimia Farma (Persero) Tbk	KAEF
83	PT KMI Wire And Cable Tbk	KBLI
84	PT Kabelindo Murni Tbk	KBLM

No	Nama Perusahaan	Kode Saham
85	PT Kertas Basuki Rachmat Indonesia Tbk	KBRI
86	PT Kedawung Setia Industrial Tbk	KDSI
87	PT Kedaung Indah Can Tbk	KICI
88	PT Kino Indonesia Tbk	KINO
89	PT Kalbe Farma Tbk	KLBF
90	PT Steadfasr Marine	KPAL
91	PT Cottonindo Ariesta Tbk	KPAS
92	PT Krakatau Steel (Persero) Tbk	KRAS
93	PT Lion Metal Works Tbk	LION
94	PT Langgeng Makmur Industri Tbk	LMPI
95	PT Lionmesh Prima Tbk	LMSH
96	PT Malindo Feedmill Tbk	MAIN
97	PT Mark Dynamics Indonesia Tbk	MARK
98	PT Martina Berto Tbk	MBTO
99	PT Emdeki Utama Tbk	MDKI
100	PT Merck Tbk	MERK
101	PT Multi Bintang Indonesia Tbk	MLBI
102	PT Mulia Industrindo Tbk	MLIA
103	PT Madusari Murni Indah Tbk	MOLI
104	PT Mustika Ratu Tbk	MRAT
105	PT Mayora Indah Tbk	MYOR
106	PT Asia Pacific Investama Tbk	MYTX
107	PT Pelat Timah Nusantara Tbk	NIKL
108	PT Nipress Tbk	NIPS
109	PT Pratama Abadi Nusa Industri Tbk	PANI
110	PT Panca Budi Idaman Tbk	PBID
111	PT Pan Brothers Tbk	PBRX
112	PT Prima Cakrawala Abadi Tbk	PCAR
113	PT Phapros Tbk	PEHA
114	PT Pelangi Indah Canindo Tbk	PICO
115	PT Golden Flower Tbk	POLU
116	PT Asia Pacific Fibers Tbk	POLY
117	PT Prima Alloy Steel Universitas Tbk	PRAS
118	PT Prashida Aneka Niaga Tbk	PSDN
119	PT Palma Serasih Tbk	PSGO
120	PT Sat Nusapersada Tbk	PTSN
121	PT Trinitan Metal And Mineral Tbk	PURE
122	PT Pyridam Farma Tbk	PYFA
123	PT Bentoel International Investama Tbk	RMBA
124	PT Nippon Indosari Corpindo Tbk	ROTI
125	PT Supreme Cable Manufacturing & Commerce Tbk	SCCO
126	PT Industri Jamu & Farmasi Sido Muncul Tbk	SIDO
127	PT Singaraja Putra Tbk	SINI
128	PT Sreeya Sewu Indonesia Tbk	SIPD
129	PT Sekar Bumi Tbk	SKBM

No	Nama Perusahaan	Kode Saham
130	PT Sekar Laut Tbk	SKLT
131	PT Gaya Abadi Sempurna Tbk	SLIS
132	PT Semen Baturaja (Persero) Tbk	SMBR
133	PT Solusi Bangun Indonesia Tbk	SMCB
134	PT Semen Indonesia (Persero) Tbk	SMGR
135	PT Satyamitra Kemas Lestari Tbk	SMKL
136	PT Selamat Sempurna Tbk	SMSM
137	PT Suparman Tbk	SPMA
138	PT Sri Rejeki Isman Tbk	SRIL
139	PT Indo Acitama Tbk	SRSN
140	PT Sunson Textile Manufacturer Tbk	SSTM
141	PT Buana Artha Anugerah Tbk	STAR
142	PT Siantar Top Tbk	STTP
143	PT SLJ Global Tbk	SULI
144	PT Sriwahana Adityakarta Tbk	SWAT
145	PT Tunas Alfin Tbk	TALF
146	PT Tembaga Mulia Semanan Tbk	TBMS
147	PT Mandom Indonesia Tbk	TCID
148	PT Tifico Fiber Indonesia Tbk	TFCO
149	PT Tirta Mahakam Resources Tbk	TIRT
150	PT Pabrik Kertas Tjiwi Kimia Tbk	TKIM
151	PT Surya Toto Indonesia	TOTO
152	PT Chandra Asri Petrochemical Tbk	TPIA
153	PT Trisula International Tbk	TRIS
154	PT Tempo Scan Pacific Tbk	TSPC
155	PT Uni-Charm Indonesia Tbk	UCID
156	PT Ultrajaya Milk Industry And Trading Company Tbk	ULTJ
157	PT Unggul Indah Cahaya Tbk	UNIC
158	PT Nusantara Inti Corpora Tbk	UNIT
159	PT Unilever Indonesia Tbk	UNVR
160	PT Voksel Electric Tbk	VOKS
161	PT Wisnilak Inti Makmur Tbk	WIIM
162	PT Integra Indocabinet Tbk	WOOD
163	PT Waskita Beton Precast Tbk	WSBP
164	PT Wijaya Karya Beton Tbk	WTON
165	PT Yanaprima Hastapersada Tbk	YPAS
166	PT Mega Perintis Tbk	ZONE

Sumber: Bursa Efek Indonesia (2022)

2. Sampel

Sampel adalah suatu himpunan bagian (*subset*) dari unit keseluruhan dari populasi. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin

mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiyono 2020).

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini dengan menggunakan metode *purposive sampling* yaitu metode penetapan responden untuk dijadikan sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti sesuai dengan masalah yang diangkat dalam penelitian tersebut (Sugiyono 2020). Adapun kriteria-kriteria dalam penelitian ini adalah:

- a. Perusahaan manufaktur yang terdaftar secara konsisten di Bursa Efek Indonesia pada periode 2018-2022
- b. Perusahaan menerbitkan data laporan keuangan secara berturut-turut pada periode 2018-2022.
- c. Perusahaan yang laporan keuangannya sudah teraudit pada periode 2018-2022.
- d. Perusahaan menyajikan data *corporate social responsibility* secara berturut-turut pada periode 2018-2022.
- e. Perusahaan menyajikan data ikhtisar saham secara lengkap pada periode 2018-2022.
- f. Perusahaan yang menyajikan laporan keuangan tahunan menggunakan mata uang rupiah.

E. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan suatu cara yang digunakan untuk mengumpulkan atau mencari data yang dibutuhkan dalam suatu penelitian, sehingga metode pengumpulan data dalam hal ini sangat penting

karena akan menjadi ujung tombak baik tidaknya suatu proses dalam penelitian (Sugiyono 2020). Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi merupakan suatu pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diselidiki oleh peneliti. Observasi menjadi salah satu teknik pengumpulan data yang akurat dan jelas apabila sesuai dengan tujuan penelitian, direncanakan, dan dicatat secara sistematis dan dapat dikontrol keandalan (*reabilitas*) dan kesahihannya (*validitasnya*) (Sugiyono 2020). Pada penelitian ini, observasi dilakukan di Bursa Efek Indonesia, tujuannya agar memperoleh gambaran permasalahan yang sedang terjadi di bursa saham tersebut.

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu data pendukung lain yang didapatkan melalui dokumen-dokumen penting seperti dokumen lembaga yang diteliti. Disamping itu, foto maupun sumber tertulis lain yang mendukung dan memberikan suatu data yang akurat, jelas dan sistematis juga digunakan untuk penelitian (Sugiyono 2020). Pada penelitian ini, dokumen yang dimaksudkan adalah berupa laporan keuangan yang diterbitkan oleh Bursa Efek Indonesia, serta jurnal maupun buku yang juga memiliki keterkaitan dengan permasalahan yang sedang diteliti.

F. Definisi Operasional Variabel

Berikut akan dipaparkan definis operasional pada setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Pengukuran Variabel	Skala
1	<i>Corporate social responsibility</i>	Merupakan komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, melalui praktik bisnis dan sumber daya perusahaan	$CSR = \frac{\sum X}{n} \times 100\%$ <p>Sumber: Prastowo dan Huda (2018)</p>	Rasio
2	Nilai perusahaan	Merupakan kinerja perusahaan yang dicerminkan melalui harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran ke pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan	$PBV = \frac{\text{Harga Perlembar Saham}}{\text{Nilai Buku Per Lembar Saham}} \times 100\%$ <p>Sumber: Rivai dkk (2018)</p>	Rasio
3	Transparansi perusahaan	merupakan keterbukaan dalam melaksanakan proses pengambilan keputusan dan dalam mengemukakan informasi materil dan relevan mengenai perusahaan secara akurat dan tepat waktu	$\text{Transparansi} = \frac{n}{k} \times 100\%$ <p>Sumber: Nuryaman dalam Ilmiani dan Sutrisno (2014)</p>	Rasio

G. Metode Analisis Data

Metode analisis data merupakan proses pencarian dan penyusunan data secara akumulasi dengan menambah pemahaman peneliti terhadap hal yang ditemukan. Dengan kata lain, analisis data merupakan suatu kegiatan menafsirkan apa yang bermakna, serta menyampaikan atau melaporkannya kepada orang lain yang berminat (Sugiyono 2020). Langkah-langkah analisis data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

1. Uji Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui informasi tentang karakteristik sampel yang digunakan dalam sebuah penelitian

agar lebih mudah dipahami (Hardani dkk, 2020). Uji statistik deskriptif dalam penelitian ini menggunakan nilai *mean*, *min*, *max* dan *standar deviasi*.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan syarat yang harus dipenuhi terlebih dahulu, sebelum peneliti masuk pada tahap uji hipotesis. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini menggunakan 4 uji yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas dan uji autokorelasi.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data penelitian yang diperoleh berdistribusi normal atau mendekati normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *kolmogorov-Smirnov*. Syarat data dikatakan normal jika nilai signifikansi $> 0,05$ (Sugiyono 2020).

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikoliniearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya variabel *independen* yang memiliki kemiripan antar variabel *independen* lainnya pada model tersebut. Syarat data dikatakan terhindar dari adanya multikoliniearitas jika nilai nilai *tolerance* $> 0,10$ serta nilai VIF < 10 (Sugiyono 2020).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Pengujian heterokedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji *scatterplot*. Syarat data

dikatakan terhindar dari adanya heterokedastisitas, jika data yang tersebar membentuk pola yang tidak jelas (Sugiyono 2020).

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui adanya korelasi antara anggota serangkaian observasi yang diurutkan menurut waktu (seperti dalam data deret waktu) atau ruang (seperti dalam data *cross sectional*). Pengujian autokorelasi dalam penelitian ini menggunakan uji *Durbin-Watson*. Syarat data dikatakan terhindar dari adanya autokorelasi jika nilai $dU < DW < 4-dU$ (Sugiyono 2020).

3. Uji Interaksi (*Moderated Regression Analysis*)

Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji interaksi (*moderated regression analysis*). Analisis interaksi atau *moderated regression analysis* (MRA) merupakan cara umum yang digunakan dalam analisis regresi linear untuk menguji apakah variabel moderasi mampu menguatkan atau justru melemahkan suatu hubungan antara variabel *independen* terhadap variabel *dependen* (Sugiyono, 2020). Adapun rumus persamaan dalam model regresi ini adalah sebagai berikut:

a. Model I

$$Y = \alpha + \beta X + e$$

b. Model II

$$Y = \alpha + \beta_1 X + \beta_2 Z + \beta_3 X*Z + e$$

Keterangan :

Y : Nilai perusahaan

α : Konstanta

- $\beta_1 - \beta_3$: Koefisien regresi
- X : Pengungkapan corporate social responsibility
- Z : Transparansi perusahaan
- X*Z : Interaksi antara pengungkapan corporate social responsibility dan transparansi perusahaan
- e : *Error term*, yaitu tingkat kesalahan penduga dalam penelitian

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variasi variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Nilai R^2 mempunyai interval antara 0 sampai 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Semakin besar R^2 mendekati 1, maka semakin baik hasil untuk model regresi tersebut dan semakin mendekati 0, maka variabel independen secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel dependen (Sugiyono 2020).

5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini digunakan untuk menjawab kebenaran hipotesis yang telah dirumuskan pada bab sebelumnya. Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji parsial. Uji parsial digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh satu variabel *independen* secara individual dalam menjelaskan variabel *dependen*. Syarat hipotesis dinyatakan diterima, jika nilai signifikansi $< 0,5$, dan nilai t -hitung $> t$ -tabel (Sugiyono 2020).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang aktivitasnya mengelola bahan, baik bahan mentah ataupun setengah mentah untuk menjadi produk jadi yang dapat dikonsumsi oleh konsumen nantinya. Dalam pengoperasionalan perusahaan manufaktur memiliki standar operasional yang bertujuan untuk mengurangi jumlah kerusakan pada pembuatan produk nantinya (Kemenperin RI, 2022).

Manufaktur adalah suatu cabang industri yang mengaplikasikan peralatan dan suatu medium proses untuk transformasi bahan mentah menjadi suatu produk jadi yang siap untuk dijual. Upaya ini melibatkan semua proses antara yang dibutuhkan untuk produksi dan integritas komponen-komponen suatu produk. Karakteristik utama industri manufaktur adalah mengelola sumber daya yang tersedia menjadi barang jadi melalui suatu proses pabrikasi. Aktivitas perusahaan yang tergolong dalam kelompok industri manufaktur mempunyai empat kegiatan utama, yakni: (Bursa Efek Indonesia, 2022).

Berikut akan dipaparkan proses penentuan sampel pada penelitian ini.

Tabel 4.1
Proses Pemilihan Sampel Penelitian

No	Kriteria	Jumlah
1	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022	166
2	Perusahaan manufaktur yang tidak terdaftar secara konsisten di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022	(13)
3	Perusahaan tidak menerbitkan data laporan keuangan secara berturut-turut periode 2018-2022	(11)
4	Perusahaan yang laporan keuangannya tidak teraudit pada periode 2018-2022	(0)
5	Perusahaan tidak menyajikan data <i>corporate social responsibility</i> pada periode 2018-2022	(59)
6	Perusahaan tidak menyajikan data ikhtisar saham secara lengkap pada periode 2018-2022	(9)
7	Perusahaan tidak menyajikan laporan keuangan menggunakan mata uang rupiah	(26)
	Jumlah perusahaan	48
	Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian 48 X 5 tahun	240

Sumber: Data Yang Diolah (2023)

Berdasarkan proses pemilihan sampel dalam penelitian ini sehingga jumlah sampel yang digunakan sebanyak 240 laporan keuangan, dari 48 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2018-2022 yang telah memenuhi kriteria sebagaimana yang telah ditentukan sebelumnya. Berikut akan dipaparkan perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

Tabel 4.2
Perusahaan yang Menjadi Sampel Penelitian

No	Nama Perusahaan	Kode Saham
1	PT Akasha Wira International Tbk	ADES
2	PT FKS Food Sejahtera Tbk	AISA
3	PT Alkindo Naratama Tbk	ALDO
4	PT Asahimas Flat Glass Tbk	AMFG
5	PT Astra International Tbk	ASII
6	PT Astra Otoparts Tbk	AUTO
7	PT Trisula Textile Industries Tbk	BELL

No	Nama Perusahaan	Kode Saham
8	PT Campina Ice Cream Industry Tbk	CAMP
9	PT Chitose International Tbk	CINT
10	PT Sariguna Primatirta Tbk	CLEO
11	PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk	CPIN
12	PT Duta Pertiwi Nusantara Tbk	DPNS
13	PT Darya Varia Laboratoria Tbk	DVLA
14	PT Handjaya Mandala Sampoerna Tbk	HMSP
15	PT Buyung Poetra Sembada Tbk	HOKI
16	PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	ICBP
17	PT Champion Pasific Indonesia Tbk	IGAR
18	PT Indofarma (Persero) Tbk	INAF
19	PT Indal Alumunium Industry Tbk	INAI
20	PT Indofood Sukses Makmur Tbk	INDF
21	PT Indospring Tbk	INDS
22	PT Indocement Tunggul Prakasa Tbk	INTP
23	PT Jembo Cable Company Tbk	JECC
24	PT Kimia Farma (Persero) Tbk	KAEF
25	PT Kino Indonesia Tbk	KINO
26	PT Kalbe Farma Tbk	KLBF
27	PT Lion Metal Works Tbk	LION
28	PT Langgeng Makmur Industri Tbk	LMPI
29	PT Lionmesh Prima Tbk	LMSH
30	PT Malindo Feedmill Tbk	MAIN
31	PT Emdeki Utama Tbk	MDKI
32	PT Mulia Industrindo Tbk	MLIA
33	PT Mayora Indah Tbk	MYOR
34	PT Panca Budi Idaman Tbk	PBID
35	PT Phapros Tbk	PEHA
36	PT Prima Alloy Steel Universitas Tbk	PRAS
37	PT Bentoel International Investama Tbk	RMBA
38	PT Semen Baturaja (Persero) Tbk	SMBR
39	PT Solusi Bangun Indonesia Tbk	SMCB
40	PT Semen Indonesia (Persero) Tbk	SMGR
41	PT Selamat Sempurna Tbk	SMSM
42	PT Buana Artha Anugerah Tbk	STAR
43	PT Ultrajaya Milk Industry And Trading Company Tbk	ULTJ
44	PT Unilever Indonesia Tbk	UNVR

No	Nama Perusahaan	Kode Saham
45	PT Voksel Electric Tbk	VOKS
46	PT Wismilak Inti Makmur Tbk	WIIM
47	PT Integra Indocabinet Tbk	WOOD
48	PT Waskita Beton Precast Tbk	WSBP

Sumber: Data Yang Diolah (2023)

B. Hasil Penelitian

1. Uji Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk memberikan gambaran terkait karakteristik sampel yang digunakan agar lebih mudah dipahami. Berikut hasil uji statistik deskriptif yang telah dilakukan peneliti.

Tabel 4.3
Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	240	.06	.32	.1593	.06440
Transparansi	240	.63	.74	.6765	.02644
Nilai Perusahaan	240	-4.04	56.80	3.2361	7.52797
Valid N (listwise)	240				

Sumber: Data Yang Diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan bahwa pada variabel pengungkapan *corporate social responsibility* nilai minimum yang diperoleh sebesar 0,06, dimiliki oleh PT Astra International Tbk dengan kode saham ASII, PT Indocement Tunggul Prakasa Tbk dengan kode saham INTG, PT Mayora Indah Tbk dengan kode saham MYOR, serta PT Solusi Bangun Indonesia Tbk dengan kode saham SMCB pada periode 2018-2022. Sedangkan nilai maksimum yang diperoleh sebesar 0,32,

dimiliki oleh PT Phapros Tbk dengan kode saham PEHA pada periode 2022. Adapun nilai *mean* yang diperoleh lebih besar dari nilai standar deviasi, hal ini mengartikan bahwa tidak ada penyimpangan data pada variabel pengungkapan *corporate social responsibility*.

Pada variabel transparansi perusahaan, nilai minimum yang diperoleh sebesar 0,63, dimiliki oleh PT Chitose International Tbk dengan kode saham CINT pada periode 2019-2022. Sedangkan nilai maksimum yang diperoleh sebesar 0,74, dimiliki oleh PT Akasha Wira International Tbk dengan kode saham ADES, serta PT Handjaya Mandala Sampoerna Tbk dengan kode saham HMSP pada periode 2018-2022. Adapun nilai *mean* yang diperoleh lebih besar dari nilai standar deviasi, hal ini mengartikan bahwa tidak ada penyimpangan data pada variabel transparansi perusahaan.

Pada variabel nilai perusahaan, nilai minimum yang diperoleh sebesar (-4,04), dimiliki oleh PT Waskita Beton Precast Tbk dengan kode saham WSBP pada periode 2020. Sedangkan nilai maksimum yang diperoleh sebesar 56,80, dimiliki oleh PT Unilever Indonesia Tbk dengan kode saham UNVR pada periode 2020. Adapun nilai *mean* yang diperoleh lebih besar dari nilai standar deviasi, hal ini mengartikan bahwa tidak ada penyimpangan data pada variabel nilai perusahaan.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan uji pra syarat yang harus dipenuhi terlebih dahulu, bertujuan untuk mengetahui kelayakan model regresi yang digunakan dalam penelitian, sehingga data yang digunakan tidak bias dan pengujian dapat dipercaya dalam menarik kesimpulan

(Purnomo, 2016). Adapun uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini ada empat yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas dan uji autokorelasi.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji *kolmogorov-Smirnov*. Adapun syarat pengambilan keputusan pada uji ini adalah jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka data dinyatakan berdistribusi normal (Sugiyono 2020). Berikut hasil uji normalitas yang telah dilakukan peneliti.

Tabel 4.4
Hasil Uji Normalitas Sebelum Casewise

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		240
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	7.44923609
Most Extreme Differences	Absolute	.303
	Positive	.303
	Negative	-.245
Test Statistic		.303
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data Yang Diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukkan bahwa nilai signifikansi yang diperoleh sebesar $0,000 < 0,05$, hal ini mengartikan bahwa data dalam penelitian ini tidak terdistribusi normal. Oleh karena itu, peneliti melakukan uji *casewise diagnostics* atau menghilangkan data *outlier* (data yang ekstrem) sebanyak 1 kali dengan standar deviasi 2,5. Menurut Ghozali (2018), standar skor dengan nilai $> 2,5$ dinyatakan *outlier*. Berikut hasil uji *casewise* yang telah dilakukan oleh peneliti.

Tabel 4.5
Hasil Uji Casewise Diagnostics

Casewise Diagnostics ^a				
Case Number	Std. Residual	Nilai Perusahaan	Predicted Value	Residual
86	4.835	40.56	4.3895	36.17045
87	4.704	39.90	4.7102	35.18983
88	4.473	38.17	4.7102	33.45983
90	4.803	41.28	5.3514	35.92858
216	2.689	23.46	3.3481	20.11188
217	3.651	30.34	3.0275	27.31250
218	7.317	56.80	2.0656	54.73438
219	4.318	36.29	3.9894	32.30063
220	5.399	44.86	4.4703	40.38969

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data Yang Diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.5 menunjukkan bahwa terdapat 10 data *outlier* pada penelitian ini, sehingga jumlah sampel akhir yang digunakan dalam penelitian ini menjadi 230 sampel data laporan keuangan dari yang awalnya 240 sampel data laporan keuangan. Adapun hasil uji normalitas setelah dilakukan uji *casewise diagnostics* adalah sebagai berikut.

Tabel 4.6
Hasil Uji Normalitas Setelah Casewise

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		230
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.66619165
Most Extreme Differences	Absolute	.151
	Positive	.151
	Negative	-.101
Test Statistic		.151
Asymp. Sig. (2-tailed)		.209 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data Yang Diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan bahwa nilai signifikansi yang diperoleh sebesar $0,209 > 0,05$, hal ini mengartikan bahwa data dalam penelitian ini telah terdistribusi secara normal. Karena hasil uji normalitas telah memenuhi syarat, maka data dalam penelitian ini layak untuk dilanjutkan pada pengujian berikutnya.

b. Uji Multikolinearitas

Syarat pengambilan keputusan pada uji ini adalah jika nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* $> 0,10$, maka data dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas (Sugiyono 2020). Berikut hasil uji multikolinearitas yang telah dilakukan oleh peneliti.

Tabel 4.7
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	CSR	.999	1.001
	Transparansi	.999	1.001

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

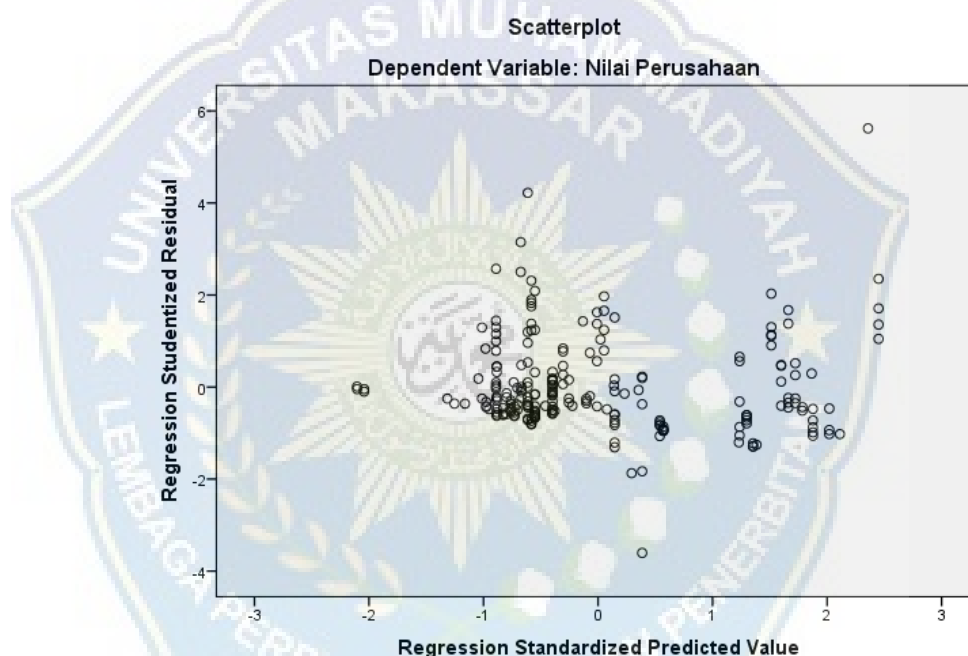
Sumber: Data Yang Diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.7 menunjukkan bahwa nilai *tolerance* dari variabel pengungkapan *corporate social responsibility* dan transparansi perusahaan $> 0,10$, dan nilai VIF dari variabel pengungkapan *corporate social responsibility* dan transparansi perusahaan < 10 , hal ini mengartikan bahwa data dari kedua variabel dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas. Karena hasil uji multikolinearitas telah memenuhi syarat, maka data dalam penelitian ini layak untuk dilanjutkan pada pengujian berikutnya.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji *scatterplot*. Adapun syarat pengambilan keputusan pada uji ini adalah jika data yang tersebar membentuk pola yang tidak jelas, maka data dinyatakan tidak terjadi heterokedastisitas (Sugiyono 2020). Berikut hasil uji heterokedastisitas yang telah dilakukan oleh peneliti.

Gambar 4.1
Hasil Uji *Scatterplot*



Sumber: Data Yang Diolah (2023)

Berdasarkan gambar 4.1 menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini berada di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, serta tidak adanya pola yang jelas pada penyebaran data tersebut. Hal ini mengartikan bahwa data pada penelitian ini tidak terjadi heterokedastisitas. Karena hasil uji heterokedastisitas telah memenuhi

syarat, maka data dalam penelitian ini layak untuk dilanjutkan pada pengujian berikutnya.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji *durbin-watson*. Adapun syarat pengambilan keputusan pada uji ini adalah jika nilai $dU < DW < 4-dU$, maka data dinyatakan tidak terjadi autokorelasi (Sugiyono 2020). Berikut hasil uji autokorelasi yang telah dilakukan oleh peneliti.

Tabel 4.8
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.680 ^a	.578	.520	1.67352	1.818
a. Predictors: (Constant), Transparansi, CSR					
b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan					

Sumber: Data Yang Diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.8 menunjukkan bahwa nilai DW pada penelitian ini sebesar 1,818, adapun nilai dU pada penelitian ini sebesar 1,792. Dalam hal ini nilai $dU < DW < 4-dU$ atau $1,792 < 1,818 < 2,207$. Hal ini mengartikan bahwa data dalam penelitian ini tidak terjadi autokorelasi, sehingga data tersebut layak untuk dilanjutkan pada pengujian berikutnya.

3. Uji Interaksi (*Moderated Regression Analysis*)

Model persamaan regresi yang baik adalah yang telah memenuhi uji asumsi klasik terlebih dahulu. Berdasarkan hasil uji yang telah dipaparkan sebelumnya membuktikan bahwa data pada penelitian ini telah memenuhi semua syarat dalam uji asumsi klasik, sehingga layak

untuk dilanjutkan pada pengujian berikutnya agar memperoleh kesimpulan sesuai fakta yang terjadi di lapangan.

Penelitian ini menggunakan model analisis *moderated regression analysis* (MRA) untuk memprediksi seberapa jauh variabel moderasi yaitu transparansi perusahaan dalam mempengaruhi variabel independen yaitu pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan. Berikut hasil uji *moderated regression analysis* yang telah dilakukan oleh peneliti.

a. Model I

Tabel 4.9
Hasil Uji Model I

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.049	.304		6.742	.000
	CSR	.684	.394	.162	1.736	.035

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data Yang Diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.9 maka persamaan regresi pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 2,049 + 0,684 X$$

- 1) Nilai konstanta yang diperoleh sebesar 2,049, nilai tersebut menunjukkan bahwa jika variabel pengungkapan *corporate social responsibility* konstan atau tidak mengalami perubahan, maka nilai variabel nilai perusahaan adalah sebesar 2,049.
- 2) Variabel pengungkapan *corporate social responsibility* menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,684. Hal ini mengartikan bahwa jika terjadi kenaikan nilai pengungkapan *corporate social responsibility* sebesar

1% maka nilai perusahaan juga akan mengalami kenaikan sebesar variabel pengalinya yaitu sebanyak 0,684.

b. Model II

Tabel 4.10
Hasil Uji Model II

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.171	4.110		3.205	.000
	CSR	.237	.110	.246	2.157	.032
	Transparansi	.490	.098	.348	4.977	.000
	CSR*Transparansi	.354	.100	.205	3.549	.003

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data Yang Diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.10 maka persamaan regresi pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 13,171 + 0,237 X + 0,490 Z + 0,354 XZ$$

- 1) Nilai konstanta yang diperoleh sebesar 13,171, nilai tersebut menunjukkan bahwa jika variabel pengungkapan *corporate social responsibility*, transparansi dan interaksi pengungkapan *corporate social responsibility* dan transparansi konstan atau tidak mengalami perubahan, maka nilai variabel nilai perusahaan adalah sebesar 13,171.
- 2) Variabel transparansi perusahaan menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,490. Hal ini mengartikan bahwa jika terjadi kenaikan nilai transparansi perusahaan sebesar 1% maka nilai perusahaan juga akan mengalami kenaikan sebesar variabel pengalinya yaitu sebanyak 0,490, dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.

3) Variabel interaksi pengungkapan *corporate social responsibility* dan transparansi perusahaan menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,354. Hal ini mengartikan bahwa jika terjadi kenaikan nilai interaksi pengungkapan *corporate social responsibility* dan transparansi perusahaan sebesar 1% maka nilai perusahaan juga akan mengalami kenaikan sebesar variabel pengalinya yaitu sebanyak 0,354, dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variasi variabel *independen* dapat menjelaskan variabel *dependen* (Sugiyono 2020). Berikut hasil uji koefisien determinasi (R^2) yang telah dilakukan oleh peneliti.

Tabel 4.11
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.562 ^a	.404	.391	1.73600
a. Predictors: (Constant), CSR				
b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan				

Sumber: Data Yang Diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.11 menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi yang dinyatakan dengan nilai *r-square* dalam penelitian ini sebesar 0,404 atau 40,4%, hal ini mengartikan bahwa nilai perusahaan mampu dijelaskan oleh variabel pengungkapan *corporate social responsibility* sebesar 40,4%, sedangkan sisanya sebesar 59,6% dijelaskan oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 4.12
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.788 ^a	.683	.671	1.67290
a. Predictors: (Constant), CSR*Transparansi, Transparansi, CSR				
b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan				

Sumber: Data Yang Diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.12 menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi yang dinyatakan dengan nilai *r-square* dalam penelitian ini sebesar 0,683 atau 68,3%, hal ini mengartikan bahwa nilai perusahaan mampu dijelaskan oleh variabel interaksi pengungkapan *corporate social responsibility* dan transparansi perusahaan sebesar 68,3%, sedangkan sisanya sebesar 31,7% dijelaskan oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini digunakan untuk menjawab hipotesis yang telah dirumuskan pada bab sebelumnya. Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji parsial. Syarat pengambilan keputusan pada uji ini adalah jika nilai signifikansi $< 0,5$ dan nilai *t*-hitung $> t$ -tabel, maka hipotesis dinyatakan diterima (Sugiyono 2020). Berikut hasil uji parsial yang telah dilakukan oleh peneliti.

Tabel 4.13
Hasil Uji Hipotesis

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.049	.304		6.742	.000
	CSR	.684	.394	.162	1.736	.035

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data Yang Diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.13 menunjukkan bahwa variabel pengungkapan *corporate social responsibility* memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,684 yang bernilai positif, memiliki nilai t-hitung sebesar 1,736 > t-tabel 1,651, serta memiliki nilai signifikansi sebesar 0,035 < 0,05. Hal ini mengartikan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia, sehingga H_1 pada penelitian ini diterima.

Tabel 4.14
Hasil Uji Hipotesis

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.171	4.110		3.205	.000
	CSR	.237	.110	.246	2.157	.032
	Transparansi	.490	.098	.348	4.977	.000
	CSR*Transparansi	.354	.100	.205	3.549	.003

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data Yang Diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.14 menunjukkan bahwa pada interaksi variabel pengungkapan *corporate social responsibility* dan transparansi perusahaan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,354 yang bernilai

positif, memiliki nilai t-hitung sebesar $3,549 > t\text{-tabel } 1,651$, serta memiliki nilai signifikansi sebesar $0,003 < 0,05$. Hal ini mengartikan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dengan transparansi perusahaan sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia, sehingga H_2 pada penelitian ini diterima.

C. Pembahasan

1. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya menunjukkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* memiliki nilai koefisien regresi bernilai positif, memiliki nilai t-hitung yang lebih besar dari nilai t-tabel, serta memiliki nilai signifikansi yang lebih besar dari standar *error* yang telah ditentukan. Hal ini mengartikan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Qiu dkk (2021), menyimpulkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Serta sejalan juga dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Suryonugroho (2016), yang menyimpulkan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Menurut Utomo (2019), pengungkapan *corporate social responsibility* sangat penting karena *stakeholder* perlu memberikan penilaian dan mengevaluasi sejauhmana perusahaan tersebut dapat melaksanakan perannya sesuai dengan keinginan para *stakeholder*, sehingga menuntut adanya akuntabilitas perusahaan atas kegiatan *corporate social responsibility* yang telah dilakukan, dimana semakin baik pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan maka *stakeholder* akan memberikan dukungan penuh kepada perusahaan atas segala kegiatan yang bertujuan untuk mencapai laba dan menaikkan nilai perusahaan.

Teori *stakeholder* menjelaskan bahwa suatu perusahaan harus bisa membangun hubungan yang baik dengan para pemangku kepentingan untuk keberlangsungan hidup perusahaannya. Inisiatif pengungkapan *corporate social responsibility* dapat menjadi salah satu cara untuk membangun hubungan baik dengan para pemangku kepentingan. *Corporate social responsibility* sebagai bentuk pertanggung jawaban suatu perusahaan terhadap pemangku kepentingan. Pengungkapan *corporate social responsibility* ini juga diharapkan dapat memenuhi keinginan para pemangku kepentingan dan membantu dalam pengambilan keputusan (Budiasni dan Darma, 2020).

Berdasarkan hasil temuan peneliti , menunjukkan bahwa rata-rata perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia pada periode 2018-2022 melakukan pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini dibuktikan dari hasil penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, dimana rata-rata nilai pengungkapan *corporate social responsibility* yang

dimiliki perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018 sampai 2022 sebesar 0,1593.

Nilai pengungkapan *corporate social responsibility* yang tinggi mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut aktif dalam memberikan informasi terkait tanggungjawab sosial perusahaannya, yang memungkinkan akan mendapatkan kepercayaan dari para pemangku kepentingan termasuk investor maupun masyarakat luas. Hal ini akan memberikan kontribusi pada reputasi yang kuat dari perusahaan, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi nilai perusahaan secara keseluruhan.

Namun nilai pengungkapan *corporate social responsibility* yang rendah mengindikasikan bahwa perusahaan tidak menyediakan informasi yang memadai atau terperinci mengenai upaya tanggungjawab sosial mereka. Hal ini dapat menimbulkan kekhawatiran terkait keterlibatan perusahaan dalam praktik-praktik berkelanjutan, sosial dan lingkungan, yang pada gilirannya bisa mempengaruhi reputasi perusahaan dan persepsi pemangku kepentingan terhadap nilai perusahaan tersebut.

Artinya semakin besar nilai pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan suatu perusahaan, maka akan semakin memungkinkan terjadinya peningkatan pada nilai perusahaan tersebut. Begitupun sebaliknya, semakin kecil nilai pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan suatu perusahaan, maka akan semakin memungkinkan terjadi penurunan pada nilai perusahaan tersebut.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa ketika perusahaan mempraktikkan *corporate social responsibility* dengan baik, hal ini dapat

meningkatkan kepercayaan dan reputasi mereka dimata *stakeholder* yang pada gilirannya dapat meningkatkan nilai perusahaan. Jadi, penting bagi perusahaan untuk memahami bagaimana *corporate social responsibility* dapat berdampak pada nilai mereka dan memilih strategi *corporate social responsibility* yang sesuai untuk mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan jangka panjang mereka.

2. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan Melalui Transparansi Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya menunjukkan bahwa interaksi pengungkapan *corporate social responsibility* dan transparansi perusahaan memiliki nilai koefisien regresi bernilai positif, memiliki nilai t-hitung yang lebih besar dari nilai t-tabel, serta memiliki nilai signifikansi yang lebih besar dari standar *error* yang telah ditentukan. Hal ini mengartikan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan melalui transparansi perusahaan sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Asih (2019), menyimpulkan bahwa transparansi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Serta sejalan juga dengan hasil penelitian yang dilakukan Wisti dkk (2021), yang menyimpulkan bahwa *transparency* dapat memoderasi pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan.

Pada dasarnya pelaksanaan dan pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan akan memberikan manfaat tidak hanya untuk perusahaan itu sendiri, tetapi juga untuk masyarakat pada umumnya karena akan meningkatkan citra baik perusahaan dilingkungan sekitarnya (Syairozi, 2019). Pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan berkaitan erat dengan transparansi. Menurut Franita (2018), transparansi informasi yang dilakukan oleh perusahaan dapat menjadikan pertimbangan investor untuk menamba jumlah investasinya, karena dengan informasi yang transparan tersebut pihak-pihak yang berkepentingan dapat mengakses informasi yang dibutuhkan, selain itu hal tersebut juga menunjukkan bahwa perusahaan tersebut tidak menutupi kerahasiaan yang dimiliki perusahaan tersebut.

Teori *stakeholder* menjelaskan bahwa kepuasan para pemangku kepentingan atas pengungkapan *corporate social responsibility* akan membangun kepercayaan terhadap perusahaan. Tentunya hal tersebut akan membangun *image* perusahaan sehingga para pelanggan akan loyal terhadap produk perusahaan. Loyalitas pelanggan memicu peningkatan penghasilan kedepannya yang akhirnya berdampak kepada keuangan perusahaan kedepannya. Peningkatan pada sisi kinerja keuangan tersebut diharapkan bisa menambah penilaian para pemangku kepentingan terhadap nilai perusahaan (Yusuf, 2017).

Berdasarkan hasil temuan peneliti, menunjukkan bahwa rata-rata perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia pada periode 2018-2022 melakukan transapransi. Hal ini dibuktikan dari hasil penelitian yang telah

dipaparkan sebelumnya, dimana rata-rata nilai transparansi yang dimiliki perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018 sampai 2022 sebesar 0,6765.

Nilai transparansi yang tinggi mengindikasikan bahwa perusahaan secara efektif mengungkapkan informasi terkait praktik tanggung jawab sosialnya. Tingkat transparansi yang baik memberikan wawasan yang lebih luas pada pemangku kepentingan seperti investor dan masyarakat luas tentang bagaimana perusahaan mampu bertanggung jawab, berkelanjutan dan dapat diandalkan. Hal ini dapat mempengaruhi persepsi positif terhadap nilai perusahaan, terutama dalam konteks reputasi dan citra perusahaan.

Namun nilai transparansi yang rendah mengindikasikan terciptanya persepsi negatif terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan. Kurang transparannya praktik *corporate social responsibility* dapat merugikan reputasi perusahaan, yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan secara keseluruhan. Hal ini dikarenakan para pemangku kepentingan sering mencari perusahaan yang transparan dalam praktik *corporate social responsibility* untuk membangun kepercayaan, dan nilai transparansi yang rendah dapat menyulitkan pencapaian hal tersebut.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa transparansi dapat menjadi variabel moderasi dalam pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan karena tingkat transparansi memengaruhi bagaimana informasi *corporate social responsibility* dipahami dan dinilai oleh pemangku kepentingan. Semakin transparan suatu perusahaan dalam mengungkapkan *corporate social responsibility*

maka semakin mudah bagi para pemangku kepentingan untuk memahami upaya *corporate social responsibility* perusahaan tersebut dan mengukur dampaknya terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, jika transparansi rendah, interpretasi dan penilaian terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* bisa menjadi kurang akurat, sehingga dampaknya terhadap nilai perusahaan mungkin tidak sebesar ketika transparansi tinggi.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya mengenai pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan melalui transparansi perusahaan (studi kasus pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia), maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia. Artinya semakin tinggi nilai pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan suatu perusahaan, maka akan semakin memungkinkan terjadinya peningkatan pada nilai perusahaan tersebut.
2. Pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan melalui transparansi sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia. Artinya semakin tinggi nilai pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan suatu perusahaan dengan diperkuat oleh transparansi perusahaan, maka akan semakin memungkinkan terjadinya peningkatan pada nilai perusahaan tersebut.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka saran yang peneliti berikan kepada beberapa pihak yang relevan adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan

Perusahaan diharapkan bisa lebih memperhatikan transparansi pengungkapan pertanggung jawaban sosial yang dilakukan, karena hal tersebut akan memberikan pengaruh yang cukup penting terhadap reputasi perusahaan seperti nilai perusahaan. Hal ini dimaksudkan agar perusahaan bisa mempertahankan kelangsungan hidupnya pada masa yang akan datang.

2. Bagi investor

Para investor yang hendak menginvestasikan dananya kepada suatu perusahaan, diharapkan terlebih dulu perlu melakukan analisis secara mendalam khususnya terkait kondisi perusahaan baik dalam hal keuangan maupun dalam hal pertanggungjawab sosialnya. Hal ini dimaksudkan agar keputusan yang diambil bisa lebih tepat, sehingga dana yang dialokasikan dapat memberikan keuntungan yang sesuai dengan tujuan dalam berinvestasi.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Untuk peneliti yang juga mengangkat topik penelitian yang sama terkait nilai perusahaan, diharapkan bisa menggunakan variabel-variabel lain seperti pengungkapan keberlanjutan, ukuran perusahaan dan lain-lainnya yang juga dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Selain itu, peneliti selanjutnya juga sebaiknya melakukan pengembangan terhadap

objek penelitian yang diteliti, sehingga hasil penelitian yang diperoleh akan lebih kompleks.



DAFTAR PUSTAKA

- Aisjah, Siti. 2018. *Strategi Diversifikasi Korporat: Penciptaan Nilai Perusahaan*. Malang: UB Press.
- Antara News. 2021. *Pencemaran Lingkungan Laut*. www.antaraneews.com. (Diakses Pada 10 November 2022).
- Asih, Dwi Yuli. 2019. *Pengaruh Tax Avoidance, Transparansi Informasi, Kebijakan Hutang Dan Manajemen Laba Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sektor Food And Beverages Tahun 2014-2018*. Skripsi: Universitas Pascasakti Tegal.
- Azis, Musdalifah., Dkk. 2018. *Manajemen Investasi: Fundamental, Teknikal, Perilaku Invesor Dan Return Saham*. Yogyakarta: Deepublish.
- Budiasni, Ni Wayan Novi., Dan Gede Sri Darma. 2020. *Corporate Social Responsibility Dalam Ekonomi Berbasis Kearifan Lokal: Kajian Dan Penelitian Lembaga Perkreditasn Desa*. Bali: Nilacakra Publishing House.
- Bursa Efek Indonesia. 2022. *Annual Report*. www.idx.co.id. (Diakses Pada 10 November 2022).
- Damodaran, Aswath. 2021. *Corporate Finance: Theory And Practice*. edited by F. Fauziah. New York: Willey.
- Dianawati, Cici Putri., Dan Situ Rokhmi Fuadati. 2016. "Pengaruh CSR Dan GCG Terhadap Nilai Perusahaan (Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening)." *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* Vol.5(1):1–20.
- Franita, Riska. 2018. *Mekanisme Good Corporate Governance Dan Nilai Perusahaan*. Medan: Lembaga Penelitian Dan Penulisan Ilmiah Aqli.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardani., Dkk. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Harmono. 2019. *Manajemen Keuangan Berbasis Blanced Scorecard (Pendekatan Teori, Kasus Dan Riset Bisnis)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ilmiani, Amalia., Dan Catur Ragil Sutrisno. 2014. "Pengaruh Tax Avoidance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Transparansi Perusahaan Sebagai Variabel Moderating." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* Vol.14(1):30–39.
- Indriarini, Silvia. 2019. *Nilai Perusahaan Melalui Kualitas Laba: Good Corporate Dan Kebijakan Perusahaan*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Jogiyanto. 2016. *Teori Pertofolio Dan Analisis Investasi*. Yogyakarta: BPFE.

- Kemenperin RI. 2022. *Sektor Manufaktur Di Indonesia*. www.kemenperin.go.id. (Diakses Pada 1 Agustus 2022).
- Kementerian Perindustrian RI. 2021. *Tahun 2021, Menperin: Sektor Industri Masih Jadi Penopang Utama Ekonomi*. www.kemnperin.go.id. (Diakses Pada 10 November 2022).
- Kesumastuti, Made Ayu Riski Meinanda., Dan Ayu Aryista Dewi. 2021. "Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Usia Dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi." *Jurnal Akuntansi* Vol.31(7):54–66.
- Khasanah, Isti Dahliatul., Dan Agus Sucipto. 2020. "Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Dan Good Corporate Governance (GCG) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening." *Jurnal Akuntabel* Vol.17(1):14–28.
- Muhlis., Dan Karlina Sari Gultom. 2021. "Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan BUMN Sektor Pertambangan." *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan* Vol.9(1):191–98.
- Prastowo, Joko., Dan Miftachul Huda. 2018. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru.
- Pristianingrum, Nurfina. 2017. *Pengaruh Ukuran, Profitabilitas Dan Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*. Prosiding Seminar Nasional Dan Call For Paper Ekonomi Dan Bisnis.
- Purnomo, Rochmat Aldy. 2016. *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS*. Ponorogo: CV Wade Group.
- Qiu, Shangzhi., Dkk. 2021. "Can Corporate Social Responsibility Protect Firm Value During The Covid-19 Pandemic." *International Journal Of Hospitality Management* Vol.93(1):1–12.
- Rivai, Veithzal., Dkk. 2018. *Bank And Financial Institution Management Conventional And Sharia System*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Safitri, Kiki. 2019. *Perusahaan Berlomba-Lomba Go Publik Di Bursa Efek Indonesia*. www.kompas.com. (Diakses Pada 10 November 2022).
- Samsul, Muhammad. 2016. *Pasar Modal Dan Manajemen Portofolio*. Surabaya: PT Gelora Aksara Pratama.
- Sugiyono. 2020. *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suripto. 2018. *Manajemen Keuangan: Strategi Penciptaan Nilai Perusahaan Melalui Pendekatan Economic Value Added*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suryonugroho, Bayu. 2016. "Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR)

Terhadap Nilai Perusahaan.” *Jurnal Profita* Vol.2(1):1–21.

Sutedi, Adrian. 2018. *Good Corporate Governance*. Jakarta: Sinar Grafika.

Syairozi, Muhammad Imam. 2019. *Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Manufaktur Dan Perbankan*. Jakarta: Tidar Media.

Tandelilin, Eduardus. 2020. *Portofolio Dan Investasi: Teori Dan Aplikasi*. Yogyakarta: Kanisius.

Utomo, Mohamad Nur. 2019. *Ramah Lingkungan Dan Nilai Perusahaan*. Surabaya: CV Jakad Publishing Surabaya.

Weston, J. Fred., Dan Thomas E. Copeland. 2020. *Manajemen Keuangan*. Jakarta: Banirupa Aksara.

Wisti, Rizky Fitria., Dkk. 2021. “Analisis Pengaruh Tax Planning Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Firm Value Model Rasio Tobins’Q Dengan Transparency Sebagai Variabel Moderasi.” *Jurnal Riset Akuntansi* Vol.13(1):8–22.

Yuliana, Bella., Dan Fernando Africano. 2017. “Analisis Pengaruh Penghindaran Pajak, Ukuran Perusahaan, Leverage Dan Transparansi Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Jakarta Islamic Index Periode Tahun 2012-2016).” *Jurnal Akuntansi* Vol.1(1):1–20.

Yusuf, Muhammad Yasir. 2017. *Islamic Corporate Social Responsibility (I-CSR) Pada Lembaga Keuangan Syariah (LKS)*. Jakarta: Kencana.



LAMPIRAN

Lampiran 1 Item Pengungkapan CSR

INDIKATOR KINERJA EKONOMI	
Kinerja Ekonomi	
EC 1	Nilai Ekonomi yang dihasilkan dan didistribusikan secara langsung, termasuk pendapatan, biaya operator, kompensasi kepada karyawan, donasi dan investasi ke masyarakat, laba ditahan dan pembayaran ke penyedia modal serta pemerintah
EC 2	Implikasi keuangan dan berbagai resiko dan peluang untuk segala aktivitas perusahaan dalam menghadapi perubahan iklim
EC 3	Daftar cakupan kewajiban perusahaan dalam perencanaan benefit yang sudah ditetapkan
EC 4	Bantuan finansial signifikan yang diperoleh dari pemerintah
Keberadaan Pasar	
EC 5	Parameter standar upaah karyawan dijenjang awal dibandingkan dengan upah karyawan minimum yang berlaku pada lokasi operasi tertentu
EC 6	Kebijakan, penerapan dan pembagian pembelanjaan pada subkontraktor (mitra kerja) setempat yang ada di berbagai lokasi operasi
EC 7	Prosedur penerimaan tenaga kerja lokal dan proporsi manajemen senior yang diambil dari komunikasi setempat di beberapa lokasi operasi
Dampak Ekonomi Tidak Langsung	
EC 8	Pengembangan dan dampak dari investasi infrastruktur dan pelayanan yang disediakan terutama bagi kepentingan publik melalui perdagangan, jasa dan pelayanan ataupun yang sifatnya natura
EC 9	Pemahaman dan penjelasan atas dampak ekonomi secara tidak langsung termasuk luas dampaknya
INDIKATOR KINERJA LINGKUNGAN	
Material	
EN 1	Material yang digunakan dan diklasifikasikan berdasarkan berat dan ukuran
EN 2	Presentase material bahan daur ulang yang digunakan
Energi	
EN 3	Pemakaian energi yang berasal dari sumber energi yang utama baik secara langsung maupun tidak langsung
EN 4	Pemakaian energi yang berasal dari sumber utama secara tidak langsung
EN 5	Energi yang berhasil dihemat berkat adanya efisiensi dan konserfasi yang lebih baik
EN 6	Inisiatif penyediaan produk dan jasa yang menggunakan energi efisien atau sumber gaya terbaru serta pengurangan penggunaan energi sebagai dampak dari inisiatif tersebut

EN 7	Inisiatif dalam hal pengurangan pemakaian energi secara tidak langsung dan pengurangan yang berhasil dilakukan
Air	
EN 8	Total pemakaian air dari sumbernya
EN 9	Pemakaian air yang memberi dampak cukup signifikan dari sumber mata air
EN 10	Presentase dan total jumlah air yang diadur ulang dan digunakan kembali
Keanekaragaman Hayati	
EN 11	Lokasi dan luas lahan yang dimiliki, disewakan, dikelola atau yang berdekatan dengan area yang dilindungi dan area dengan nilai keanekaragaman hayati yang tinggi diluar area yang dilindungi
EN 12	Deskripsi dampak signifikan yang ditimbulkan oleh aktivitas produk dan jasa pada keanekaragaman hayati ada diwilayah yang dilindungi serta area dengan nilai keanekaragaman hayati diluar wilayah yang dilindungi
EN 13	Habitat yang dilindungi atau dikembalikan kembali
EN 14	Strategi, aktivitas saat ini dan rencana masa depan untuk mengelola dampak terhadap keanekaragaman hayati
EN 15	Jumlah spesies yang termasuk dalam data konservasi nasional dan habitat di wilayah yang terkena dampak operasi, berdasarkan risiko kepunahan
Emisi, Effluent dan Limbah	
EN 16	Total emisi gas rumah kaca secara langsung dan tidak langsung yang diukur berdasarkan berat
EN 17	Emisi gas rumah kaca secara tidak langsung dan relevan yang diukur berdasarkan berat
EN 18	Inisiatif untuk mengurangi gas rumah kaca dan pengurangan yang berhasil dilakukan
EN 19	Emisi dan substansi perusak lapisan ozon yang diukur berdasarkan berat
EN 20	NO, SO dan emisi udara lain yang signifikan dan diklasifikasikan berdasarkan jenis dan berat
EN 21	Total air yang dibuang berdasar kualitas dan tujuan
EN 22	Total berat dari limbah yang diklasifikasikan berdasarkan jenis dan metode pembuangan
EN 23	Total biaya dan jumlah yang tumpah
EN 24	Berat dari limbah yang ditrasportasikan, diimpor, diekspor atau diolah yang diklasifikasikan berbahaya berdasarkan <i>Basel Convention Annex I, II, III, dan VIII</i> , dan presentase limbah yang dikapalkan secara internasional
EN 25	Identitas, ukuran, status yang dilindungi dan nilai keanekaragaman hayati yang terkandung di dalam air dan habitat yang ada di sekitarnya secara signifikan terkena dampak akibat adanya laporan mengenai kebocoran dan pemborosan air yang dilakukan perusahaan
Produk dan Jasa	
EN 26	Inisiatif untuk mengurangi dampak buruk pada lingkungan yang diakibatkan oleh produk dan jasa dan memperluas dampak dari inisiatif

	tersebut
EN 27	Presentase dari produk yang terjual dan materi kemasan dikembalikan berdasarkan kategori
Kesesuaian	
EN 28	Nilai moneter dai denda dan jumlah biaya sanksi – sanksi akibat adanya pelanggaran terhadap peraturan dan hukum lingkungan hidup
Transportasi	
EN 29	Dampak signifikan terhadap lingkungan yang diakibatkan adanya transportasi, benda lain dan materi yang digunakan perusahaan dalam operasinya dan para pegawainya
Keselaran	
EN 30	Jumlah biaya untuk perlindungan lingkungan dan investasi berdasarkan jenis kegiatan
INDIKATOR PRAKTIK TENAGA KEJA DAN PEKERJAAN YANG LAYAK	
Pekerjaan	
LA 1	Komposisi tenaga kerja berdasar tipe pekerjaan, kontrak kerja dan lokasi
LA 2	Jumlah total rata – rata <i>turnover</i> tenaga kerja berdasarkan kelompok usia, jenis kelamin dan area
LA 3	Benefit yang diberikan kepada pegawai tetap
Hubungan Tenaga Kerja.Manajemen	
LA 4	Persentase pegawai yang dijamin oleh ketetapan hasil negoisasi yang dibuat secara kolektif
LA 5	Batas waktu minimum pemberitahuan yang terkait mengenai perubahan kebijakan operasional, termasuk mengenai apakah hal tersebut akan tercantum dalam perjanjian bersama
Kesehatan dan Keselamatan Kerja	
LA 6	Persentase total pegawai yang ada dalam struktur formal manajemen, yaitu komite keselamatan dan kesehatan kerja yang membantu yang mengawasi dan memberi arahan dalam program keselamatan dan kesehatan kerja
LA 7	Tingkat dan jumlah kecelakaan, penyakit karena jabatan, jumlah hari hilang dan tingkat absensi yang ada berdasarkan area
LA 8	Program pendidikan, pelatihan, pembimbingan, pencegahan dan pengendalian resiko diadakan untuk membantu pegawai, keluarga mereka dan lingkungan sekitar dalam menanggulangi penyakit serius
LA 9	Hal – hal mengenai keselamatan dan kesehatan kerja tercantum secara formal dan tertulis dalam sebuah perjanjian resmi serikat pekerja
Pendidikan dan Pelatihan	
LA 10	Jumlah waktu rata – rata untuk pelatihan setiap tahunnya, setiap pegawai berdasarkan kategori pegawai
LA 11	Program ketrampilan manajemen dan pendidikan jangka panjang yang mendukung kecakapan para pegawai dan membantu mereka untuk terus berkarya
LA 12	Persentase para pegawai yang menerima penilaian pegawai atas performa dan perkembangan mereka secara berkala
Keanekaragaman dan Kesempatan Setara	
LA 13	Komposisi badan tata kelola dan penjabaran pegawai berdasarkan kategori, jenis kelamin, usia, kelompok minoritas dan indikasi

	keanekaragaman lainnya
LA 14	Perbandingan upah standar antara pria dan wanita berdasarkan kategori pegawai
INDIKATOR KINERJA HAK ASASI MANUSIA	
Praktik Investasi dan Pengadaan	
HR 1	Persentase dan total jumlah perjanjian investasi yang ada dan mencakup pasal mengenai hak asasi manusia atau telah melalui evaluasi mengenai hak asasi manusia
HR 2	Persentase dari mitra kerja dan pemasok yang telah melalui proses seleksi berdasarkan prinsip – prinsip HAM yang telah dijalankan
HR 3	Total jumlah waktu pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur yang terkait dengan aspek HAM yang berhubungan dengan prosedur kerja, termasuk persentase pegawai yang dipilih
Non-Diskriminasi	
HR 4	Total jumlah kasus diskriminasi dan langkah penyelesaian masalah yang diambil
Kebebasan Berserikat dan Daya Tawar Kelompok	
HR 5	Prosedur kerja yang teridentifikasi dimana hak untuk melatih kebebasan berserikat dan perundingan bersama menjadi beresiko dan langkah yang diambil untuk mendukung hak kebebasan berserikat tersebut
Tenaga Kerja Anak	
HR 6	Prosedur kerja yang teridentifikasi memiliki resiko akan adanya pekerja anak dan langkah yang diambil untuk penghapusan pekerja anak
Pegawai Tetap dan Kontrak	
HR 7	Prosedur kerja yang teridentifikasi memiliki resiko akan adanya pegawai tetap dan kontrak, dan langkah yang diambil untuk penghapusan pegawai kontrak
Praktik Keselamatan	
HR 8	Persentase petugas keamanan yang dilatih sesuai dengan kebijakan atau prosedur perusahaan yang terkait dengan aspek HAM dan prosedur kerja
Hak Penduduk Asli	
HR 9	Total jumlah kasus pelanggaran yang berkaitan dengan hak masyarakat adat dan langkah yang diambil
INDIKATOR KINERJA KEMASYARAKATAN/SOSIAL	
Kemasyarakatan	
SO 1	Sifat dasar, cakupan dan keefektifan atas program dan kegiatan apapun yang menilai dan mengelola dampak operasi terhadap masyarakat, termasuk saat memasuki wilayah operasi selama beroperasi dan pasca operasi
Korupsi	
SO 2	Persentase dan total jumlah unit usaha yang dianalisis memiliki risiko terkait tindakan penyuapan dan korupsi
SO 3	Persentase jumlah pegawai yang dilatih dalam prosedur dan kebijakan perusahaan terkait penyuapan dan korupsi
SO 4	Langkah yang diambil dalam mengatasi kasus tindakan penyuapan dan korupsi
Kebijakan Publik	

SO 5	Deskripsi kebijakan umum dan kontribusi dalam pengembangan kebijakan umum dan prosedur melobi public
SO 6	Perolehan keuntungan secara finansial dan bentuk keuntungan lainnya yang diperoleh dari hasil kontribusi kepada partai politik, politisi dan instansi terkait oleh negara dimana perusahaan beroperasi
Perilaku anti Persaingan	
SO 7	Jumlah tindakan hukum terhadap pelanggaran ketentuan anti persaingan, anti <i>trust</i> , praktik monopoli dan sanksinya
Kepatuhan	
SO 8	Nilai moneter dari denda dan jumlah biaya sanksi – sanksi akibat pelanggaran hukum dan kebijakan
INDIKATOR KINERJA TANGGUNG JAWAB PRODUK	
Keselamatan dan kesehatan konsumen	
PR 1	Proses dan tahapan kerja dalam mempertahankan kesehatan dan keselamatan konsumen dalam penggunaan produk atau jasa yang dievaluasi untuk perbaikan dan persentase dari kategori produk dan jasa yang terkait dalam prosedur tersebut
PR 2	Jumlah total kasus pelanggaran kebijakan dan mekanisme kepatuhan yang terkait dengan kesehatan dan keselamatan konsumen dalam keseluruhan proses, diukur berdasarkan hasil akhirnya
Pemasangan Label bagi Produk dan Jasa	
PR 3	Jenis informasi produk dan jasa yang dibutuhkan dalam prosedur kerja, dan persentase produk dan jasa yang terkait dalam prosedur tersebut
PR 4	Jumlah total kasus pelanggaran kebijakan dan mekanisme kepatuhan yang terkait dengan informasi produk dan jasa dan pelabelan, diukur berdasarkan hasil akhirnya
PR 5	Praktik – praktik yang terkait dengan kepuasan konsumen, termasuk hasil survey evaluasi kepuasan konsumen
Komunikasi Pemasaran	
PR 6	Program – program yang mendukung adanya standar hukum dan mekanisme kepatuhan terkait dengan komunikasi penjualan, termasuk iklan, promosi dan bentuk kerjasama, diukur berdasarkan hasil akhirnya
PR 7	Jumlah total kasus pelanggaran kebijakan dan mekanisme kepatuhan yang terkait dengan komunikasi penjualan, termasuk iklan, promosi dan bentuk kerjasama, diukur berdasarkan hasil akhirnya
Privasi Konsumen	
PR 8	Jumlah total pengaduan yang tervalidasi yang berkaitan dengan pelanggaran privasi konsumen dan data konsumen yang hilang
Kesesuaian	
PR 9	Nilai moneter dari denda dan jumlah biaya sanksi – sanksi akibat pelanggaran hukum dan kebijakan yang terkait dengan pengadaan dan penggunaan produk dan jasa

Sumber: *Global Reporting Initiative*

Lampiran 2 Item Transparansi Perusahaan

A. Informasi Umum Perusahaan	
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sejarah singkat perusahaan 2. Struktur organisasi perusahaan 3. Deskripsi tentang produk atau jasa utama yang dihasilkan perusahaan
B. Profil Perusahaan	
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Visi dan misi perusahaan 2. <i>Statement</i> / uraian tujuan atau strategi perusahaan secara umum 3. <i>Statement</i> / uraian tujuan atau strategi perusahaan aspek pemasaran 4. <i>Statement</i> / uraian tujuan atau strategi perusahaan aspek finansial 5. <i>Statement</i> / uraian tujuan atau strategi perusahaan aspek sosial 6. Uraian dampak strategi terhadap hasil-hasil pada masa sekarang dan/atau masa yang akan datang 7. Komposisi kepemilikan saham 8. Krononologi pencatatan saham dan atau efek lainnya
C. Ikhtisar Keuangan	
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Informasi mengenai nilai tambah secara kuantitatif atau kualitatif 2. Pernyataan mengenai kebijakan dividen selama dua tahun buku terakhir 3. Penjelasan dampak inflasi terhadap hasil-hasil pada masa sekarang dan atau masa yang akan datang 4. Penjelasan dampak inflasi terhadap aktiva perusahaan pada masa sekarang dan atau masa yang akan datang 5. Kebijakan harga transfer 6. Data statistik atau <i>trend</i> jumlah penjualan 7. Data statistik pertumbuhan penjualan dalam unit
D. Analisis dan pembahasan manajemen atas kinerja perusahaan	
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis kinerja keuangan yang mencakup perbandingan atau perubahan kinerja keuangan tahun yang bersangkutan dengan tahun sebelumnya atas elemen aktiva 2. Analisis kinerja keuangan yang mencakup perbandingan atau perubahan kinerja keuangan tahun yang bersangkutan dengan tahun sebelumnya atas elemen kewajiban 3. Analisis kinerja keuangan yang mencakup perbandingan atau perubahan kinerja keuangan tahun yang bersangkutan dengan tahun sebelumnya atas elemen ekuitas 4. Analisis kinerja keuangan yang mencakup perbandingan atau perubahan kinerja keuangan tahun yang bersangkutan dengan tahun sebelumnya atas elemen penjualan 5. Analisis kinerja keuangan yang mencakup perbandingan atau perubahan kinerja keuangan tahun yang bersangkutan dengan tahun sebelumnya atas elemen beban usaha 6. Analisis kinerja keuangan yang mencakup perbandingan atau perubahan kinerja keuangan tahun yang bersangkutan dengan tahun sebelumnya atas elemen laba bersih 7. Bahasan tentang dampak perubahan harga terhadap penjualan, serta laba operasi perusahaan minimal dalam dua tahun terakhir 8. Deskripsi kinerja produksi atau operasi 9. Deskripsi kinerja pemasaran secara kualitatif atau kuantitatif

	<ol style="list-style-type: none"> 10. Deskripsi distribusi 11. Informasi mengenai biaya yang dipisahkan kedalam komponen tetap dan variabel 12. Uraian perbandingan antara hasil-hasil yang dicapai dengan yang ditargetkan
E. Informasi tentang proyeksi dan prospek bisnis	
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peramalan (proyeksi) penjualan atau <i>market share</i> secara kualitatif atau kuantitatif 2. Peramalan (proyeksi) laba secara kualitatif atau kuantitatif 3. Peramalan <i>cash flow</i> secara kualitatif atau kuantitatif 4. Deskripsi asumsi yang mendasari proyeksi yang dibuat perusahaan 5. Deskripsi kegiatan riset dan pengembangan yang telah dilaksanakan dan atau yang akan dilaksanakan 6. Uraian mengenai kegiatan investasi atau pengeluaran modal yang telah dan atau yang akan dilaksanakan 7. Deskripsi tentang prospek bisnis perusahaan kedepan dalam kaitannya dengan kondisi ekonomi, industri dan pasar
F. Informasi karyawan	
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jumlah karyawan 2. Rincian pegawai menurut bidang pekerjaan 3. Pelatihan 4. Kompensasi dan upah minimum pegawai 5. Jaminan sosial tenaga kerja 6. Dana pensiun karyawan 7. <i>Statement</i> kebijakan perusahaan mengenai kesempatan yang sama terhadap karyawan tanpa memandang suku, agama dan ras 8. Uraian kondisi mengenai kesehatan dan keselamatan dalam lingkungan kerja 9. Perubahan jumlah pegawai 10. Penghargaan (<i>reward</i>) prestasi kerja
G. Kebijakan dan tanggung jawab sosial	
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jaminan kualitas produk 2. Komplain pelanggan 3. Sertifikasi produk tingkat nasional maupun internasional 4. Deskripsi pengendalian polusi dan kerusakan lingkungan secara kualitatif atau kuantitatif 5. Fasilitas sosial yang dibangun dilingkungan perusahaan 6. Pendukung program pemerintah 7. Beasiswa sekolah/kuliah/riset
H. Informasi tata kelola perusahaan	
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Uraian pelaksanaan tugas komisaris 2. Deskripsi pelaksanaan tugas dewan komisaris 3. Jumlah komisaris independen 4. Latar belakang komisaris independen 5. Jumlah komite audit 6. Frekuensi pertemuan dan tingkat kehadiran komite audit 7. Deskripsi pelaksanaan tugas komite 8. Deskripsi tentang tugas dan fungsi sekretaris perusahaan 9. Deskripsi tentang pelaksanaan satuan pengawasan intern (SPI) 10. Uraian mengenai tersedianya akses informasi dan data perusahaan

	kepada publik
	11. Deskripsi tentang etika perusahaan
	12. Deskripsi tentang penerapan tata kelola perusahaan yang baik pada operasi perusahaan

Sumber: Peraturan Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan (Bapepam)



Lampiran 3 Proses Pemilihan Sampel Penelitian

No	Nama Perusahaan	Kode Saham	Keterangan
1	PT Akasha Wira International Tbk	ADES	√
2	PT Polychem Indonesia Tbk	ADMG	Menyajikan laporan keuangan dalam USD
3	PT Aneka Gas Industri Tbk	AGII	Tidak menyajikan data CSR 2018-2022
4	PT FKS Food Sejahtera Tbk	AISA	√
5	PT Alam Karya Unggul Tbl	AKKU	Tidak menyajikan data CSR 2018
6	PT Argha Karya Prima Industry Tbk	AKPI	Tidak menyajikan data ikhtisar saham secara lengkap 2022
7	PT Alkindo Naratama Tbk	ALDO	√
8	PT Alaskan Industrindo Tbk	ALKA	Tidak menyajikan data CSR 2021-2022
9	PT Alumindo Light Metal Industry Tbk	ALMI	Tidak mempublish laporan keuangan 2018-2022
10	PT Tri Banyan Tirta Tbk	ALTO	Tidak menyajikan data CSR 2018-2022
11	PT Asahimas Flat Glass Tbk	AMFG	√
12	PT Ateliers Mecanuques D'Indonesia Tbk	AMIN	Tidak menyajikan data CSR 2021-2022
13	PT Asiaplast Industries Tbk	APLI	Tidak mempublish laporan keuangan 2018-2022
14	PT Argo Pantes Tbk	ARGO	Menyajikan laporan keuangan dalam USD
15	PT Arkha Jayanti Persada Tbk	ARKA	Baru IPO 10 Juli 2019
16	PT Arwana Citra Mulia Tbk	ARNA	Tidak menyajikan data CSR 2021-2022
17	PT Astra International Tbk	ASII	√
18	PT Astra Otoparts Tbk	AUTO	√
19	PT Saranacental Bajatama Tbk	BAJA	Tidak menyajikan data CSR 2022
20	PT Sepatu Bata Tbk	BATA	Tidak menyajikan data CSR 2021-2022
21	PT Trisula Textile Industries Tbk	BELL	√
22	PT Primarindo Asia Infrastructure Tbk	BIMA	Tidak menyajikan data CSR 2018-2019
23	PT Garuda Metalindo Tbk	BOLT	Tidak menyajikan data CSR 2021-2022

No	Nama Perusahaan	Kode Saham	Keterangan
24	PT Indo Kordsa Tbk	BRAM	Menyajikan laporan keuangan dalam USD
25	PT Berlina Tbk	BRNA	Tidak menyajikan data CSR 2021-2022
26	PT Barito Pasific Tbk	BRPT	Menyajikan laporan keuangan dalam USD
27	PT Betonjaya Manunggal Tbk	BTON	Tidak menyajikan data CSR 2021-2022
28	PT Budi Starch & Sweetener Tbk	BUDI	Tidak menyajikan data CSR 2022
29	PT Cahayaputra Asa Keramik Tbk	CAKK	Tidak menyajikan data CSR 2021-2022
30	PT Campina Ice Cream Industry Tbk	CAMP	√
31	PT Communication Cable System Indonesia Tbk	CCSI	Baru IPO 18 Juni 2019
32	PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk	CEKA	Tidak menyajikan data CSR 2022
33	PT Chitose International Tbk	CINT	√
34	PT Sariguna Primatirta Tbk	CLEO	√
35	PT Century Textile Industry Tbk	CNTX	Menyajikan laporan keuangan dalam USD
36	PT Wahana Interfood Nusantara Tbk	COCO	Tidak menyajikan data ikhtisar saham secara lengkap 2018-2022
37	PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk	CPIN	√
38	PT Citra Turbindo Tbk	CTBN	Menyajikan laporan keuangan dalam USD
39	PT Delta Djakarta Tbk	DLTA	Tidak menyajikan data CSR 2021-2022
40	PT Diamond Food Indonesia Tbk	DMND	Baru IPO 14 Juni 2020
41	PT Duta Pertiwi Nusantara Tbk	DPNS	√
42	PT Darya Varia Laboratoria Tbk	DVLA	√
43	PT Ekadharma International Tbk	EKAD	Tidak menyajikan data ikhtisar saham secara lengkap 2020 dan 2018
44	PT Eratex Djaya Tbk	ERTX	Menyajikan laporan keuangan dalam USD
45	PT Sinergi Inti Plastindo Tbk	ESIP	Baru IPO 14 November 2019
46	PT Ever Shine Tex Tbk	ESTI	Menyajikan laporan keuangan dalam USD

No	Nama Perusahaan	Kode Saham	Keterangan
47	PT Eterindo Wahanatama Tbk	ETWA	Tidak menyajikan data CSR 2021-2022
48	PT Fajar Surya Wisesa Tbk	FASW	Tidak menyajikan data CSR 2022
49	PT Lotte Chemical Titan Tbk	FPNI	Tidak menyajikan data CSR 2020
50	PT Gunawan Dianjaya Steel Tbk	GDST	Tidak menyajikan data CSR 2022
51	PT Goodyear Indonesia Tbk	GDYR	Menyajikan laporan keuangan dalam USD
52	PT Gudang Garam Tbk	GGRM	Tidak menyajikan data CSR 2018-2022
53	PT Gunung Raja Paksi Tbk	GGRP	Baru IPO 19 September 2019
54	PT Gajah Tunggal Tbk	GJTL	Tidak menyajikan data CSR 2021-2022
55	PT Garuda Maintenance Facility Aero Asia Tbk	GMFI	Menyajikan laporan keuangan dalam USD
56	PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk	GOOD	Tidak menyajikan data CSR 2021-2022
57	PT Panasia Indo Resources Tbk	HDTX	Tidak menyajikan data ikhtisar saham secara lengkap 2020-2022
58	PT Handjaya Mandala Sampoerna Tbk	HMSP	√
59	PT Buyung Poetra Sembada Tbk	HOKI	√
60	PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	ICBP	√
61	PT Indonesia Fireboard Industry Tbk	IFII	Baru IPO 10 Desember 2019
62	PT Champion Pasific Indonesia Tbk	IGAR	√
63	PT Intikeramik Alamsri Industri Tbk	IKAI	Tidak menyajikan data CSR 2022
64	PT Era Mandiri Cemerlang Tbk	IKAN	Baru IPO 12 Februari 2020
65	PT Sumi Indo Kabel Tbk	IKBI	Menyajikan laporan keuangan dalam USD
66	PT Indomobil Sukses International Tbk	IMAS	Tidak menyajikan data CSR 2021-2022
67	PT Indofarma (Persero) Tbk	INAF	√
68	PT Indal Alumunium Industry Tbk	INAI	√
69	PT Intanwijaya International Tbk	INCI	Tidak menyajikan data CSR 2022
70	PT Indofood Sukses Makmur Tbk	INDF	√
71	PT Indospring Tbk	INDS	√

No	Nama Perusahaan	Kode Saham	Keterangan
72	PT Indah Kiat Pulp & Paper Tbk	INKP	Menyajikan laporan keuangan dalam USD
73	PT Toba Pulp Lestasi Tbk	INRU	Menyajikan laporan keuangan dalam USD
74	PT Indocement Tunggul Prakasa Tbk	INTP	√
75	PT Indopoly Swakarsa Industry Tbk	IPOL	Menyajikan laporan keuangan dalam USD
76	PT Steel Pipe Industry Of Indonesia Tbk	ISSP	Tidak menyajikan data CSR 2021
77	PT Indonesia Tobacco Tbk	ITIC	Baru IPO 4 Juli 2019
78	PT Jembo Cable Company Tbk	JECC	√
79	PT Jakarta Kyoei Steel Work LTD Tbk	JKSW	Tidak menyajikan data CSR 2021-2022
80	PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk	JPFA	Tidak menyajikan data CSR 2021
81	PT Sky Energi Indonesia Tbk	JSKY	Tidak mempublish laporan keuangan tahun 2022
82	PT Kimia Farma (Persero) Tbk	KAEF	√
83	PT KMI Wire And Cable Tbk	KBLI	Tidak menyajikan data CSR 2021-2022
84	PT Kabelindo Murni Tbk	KBLM	Tidak menyajikan data CSR 2021-2022
85	PT Kertas Basuki Rachmat Indonesia Tbk	KBRI	Tidak mempublish laporan keuangan 2020-2022
86	PT Kedawung Setia Industrial Tbk	KDSI	Tidak menyajikan data CSR 2022
87	PT Kedaung Indah Can Tbk	KICI	Tidak menyajikan data CSR 2022
88	PT Kino Indonesia Tbk	KINO	√
89	PT Kalbe Farma Tbk	KLBF	√
90	PT Steadfasr Marine	KPAL	Tidak mempublish laporan keuangan tahun 2020-2022
91	PT Cottonindo Ariesta Tbk	KPAS	Tidak menyajikan data CSR 2021-2022
92	PT Krakatau Steel (Persero) Tbk	KRAS	Menyajikan laporan keuangan dalam USD
93	PT Lion Metal Works Tbk	LION	√
94	PT Langgeng Makmur Industri Tbk	LMPI	√
95	PT Lionmesh Prima Tbk	LMSH	√
96	PT Malindo Feedmill Tbk	MAIN	√

No	Nama Perusahaan	Kode Saham	Keterangan
97	PT Mark Dynamics Indonesia Tbk	MARK	Tidak menyajikan data ikhtisan saham secara lengkap 2022
98	PT Martina Berto Tbk	MBTO	Tidak menyajikan data CSR 2022
99	PT Emdeki Utama Tbk	MDKI	√
100	PT Merck Tbk	MERK	Tidak menyajikan data CSR 2018-2022
101	PT Multi Bintang Indonesia Tbk	MLBI	Tidak menyajikan data CSR 2022
102	PT Mulia Industrindo Tbk	MLIA	√
103	PT Madusari Murni Indah Tbk	MOLI	Tidak menyajikan data CSR 2022
104	PT Mustika Ratu Tbk	MRAT	Tidak menyajikan data CSR 2022
105	PT Mayora Indah Tbk	MYOR	√
106	PT Asia Pacific Investama Tbk	MYTX	Tidak menyajikan data CSR 2022
107	PT Pelat Timah Nusantara Tbk	NIKL	Menyajikan laporan keuangan dalam USD
108	PT Nipress Tbk	NIPS	Tidak mempublish laporan keuangan 2020-2022
109	PT Pratama Abadi Nusa Industri Tbk	PANI	Tidak menyajikan data CSR 2022
110	PT Panca Budi Idaman Tbk	PBID	√
111	PT Pan Brothers Tbk	PBRX	Menyajikan laporan keuangan dalam USD
112	PT Prima Cakrawala Abadi Tbk	PCAR	Tidak menyajikan data CSR 2022
113	PT Phapros Tbk	PEHA	√
114	PT Pelangi Indah Canindo Tbk	PICO	Tidak menyajikan data CSR 2018-2022
115	PT Golden Flower Tbk	POLU	Baru IPO 26 Juni 2019
116	PT Asia Pacifix Fibers Tbk	POLY	Menyajikan laporan keuangan dalam USD
117	PT Prima Alloy Steel Universitas Tbk	PRAS	√
118	PT Prashida Aneka Niaga Tbk	PSDN	Tidak menyajikan data ikhtisar keuangan secara lengkap 2018-2022
119	PT Palma Serasih Tbk	PSGO	Baru IPO 25 November 2019
120	PT Sat Nusapersada Tbk	PTSN	Menyajikan laporan keuangan dalam USD
121	PT Trinitan Metal And Mineral Tbk	PURE	Tidak mempublish laporan keuangan tahun 2021-2022
122	PT Pyridam Farma Tbk	PYFA	Tidak menyajikan data CSR

No	Nama Perusahaan	Kode Saham	Keterangan
			2021-2022
123	PT Bentoel International Investama Tbk	RMBA	√
124	PT Nippon Indosari Corpindo Tbk	ROTI	Tidak menyajikan data CSR 2022
125	PT Supreme Cable Manufacturing & Commerce Tbk	SCCO	Tidak menyajikan data CSR 2022
126	PT Industri Jamu & Farmasi Sido Muncul Tbk	SIDO	Tidak menyajikan data CSR 2022
127	PT Singaraja Putra Tbk	SINI	Baru IPO 8 November 2019
128	PT Sreeya Sewu Indonesia Tbk	SIPD	Tidak menyajikan data CSR 2021
129	PT Sekar Bumi Tbk	SKBM	Tidak menyajikan data CSR 2018-2022
130	PT Sekar Laut Tbk	SKLT	Tidak menyajikan data CSR 2022
131	PT Gaya Abadi Sempurna Tbk	SLIS	Baru IPO 7 Oktober 2019
132	PT Semen Baturaja (Persero) Tbk	SMBR	√
133	PT Solusi Bangun Indonesia Tbk	SMCB	√
134	PT Semen Indonesia (Persero) Tbk	SMGR	√
135	PT Satyamitra Kemas Lestari Tbk	SMKL	Baru IPO 11 Juli 2019
136	PT Selamat Sempurna Tbk	SMSM	√
137	PT Suparman Tbk	SPMA	Tidak menyajikan data CSR 2022
138	PT Sri Rejeki Isman Tbk	SRIL	Menyajikan laporan keuangan dalam USD
139	PT Indo Acitama Tbk	SRSN	Tidak menyajikan data CSR 2021-2022
140	PT Sunson Textile Manufacturer Tbk	SSTM	Tidak menyajikan data CSR 2022
141	PT Buana Artha Anugerah Tbk	STAR	√
142	PT Siantar Top Tbk	STTP	Tidak menyajikan data ikhtisar saham secara lengkap 2018
143	PT SLJ Global Tbk	SULI	Menyajikan laporan keuangan dalam USD
144	PT Sriwahana Adityakarta Tbk	SWAT	Tidak mempublish laporan keuangan 2018-2022
145	PT Tunas Alfin Tbk	TALF	Tidak menyajikan data ikhtisar saham secara lengkap 2018-2022

No	Nama Perusahaan	Kode Saham	Keterangan
146	PT Tembaga Mulia Semanan Tbk	TBMS	Menyajikan laporan keuangan dalam USD
147	PT Mandom Indonesia Tbk	TCID	Tidak menyajikan data CSR 2022
148	PT Tifico Fiber Indonesia Tbk	TFCO	Menyajikan laporan keuangan dalam USD
149	PT Tirta Mahakam Resources Tbk	TIRT	Tidak menyajikan data CSR 2022
150	PT Pabrik Kertas Tjiwi Kimia Tbk	TKIM	Menyajikan laporan keuangan dalam USD
151	PT Surya Toto Indonesia	TOTO	Tidak menyajikan data CSR 2022
152	PT Chandra Asri Petrochemical Tbk	TPIA	Menyajikan laporan keuangan dalam USD
153	PT Trisula International Tbk	TRIS	Tidak mempublish laporan keuangan 2018-2022
154	PT Tempo Scan Pacific Tbk	TSPC	Tidak menyajikan data ikhtisar saham secara lengkap 2018-2022
155	PT Uni-Charm Indonesia Tbk	UCID	Tidak mempublish laporan keuangan 2018-2022
156	PT Ultrajaya Milk Industry And Trading Company Tbk	ULTJ	√
157	PT Unggul Indah Cahaya Tbk	UNIC	Menyajikan laporan keuangan dalam USD
158	PT Nusantara Inti Corpora Tbk	UNIT	Tidak mempublish laporan keuangan 2020-2022
159	PT Unilever Indonesia Tbk	UNVR	√
160	PT Voksel Electric Tbk	VOKS	√
161	PT Wismilak Inti Makmur Tbk	WIIM	√
162	PT Integra Indocabinet Tbk	WOOD	√
163	PT Waskita Beton Precast Tbk	WSBP	√
164	PT Wijaya Karya Beton Tbk	WTON	Tidak menyajikan data CSR 2022
165	PT Yanaprima Hastapersada Tbk	YPAS	Tidak menyajikan data CSR 2022
166	PT Mega Perintis Tbk	ZONE	Tidak menyajikan data CSR 2022

Lampiran 4 Tabulasi Data Penelitian

No	Kode Saham	Tahun	Pengungkapan CSR	Transparansi Perusahaan	Nilai Perusahaan
1	ADES	2018	0.22	0.74	1.13
2		2019	0.25	0.74	1.09
3		2020	0.25	0.74	1.23
4		2021	0.25	0.74	2.00
5		2022	0.30	0.74	3.17
6	AISA	2018	0.15	0.68	-0.16
7		2019	0.15	0.68	-0.33
8		2020	0.15	0.68	4.38
9		2021	0.15	0.68	2.14
10		2022	0.15	0.68	1.70
11	ALDO	2018	0.09	0.66	1.67
12		2019	0.09	0.66	0.88
13		2020	0.09	0.66	0.76
14		2021	0.09	0.66	1.87
15		2022	0.09	0.66	1.38
16	AMFG	2018	0.14	0.66	0.45
17		2019	0.14	0.66	0.44
18		2020	0.14	0.66	0.40
19		2021	0.14	0.66	0.59
20		2022	0.14	0.66	0.82
21	ASII	2018	0.06	0.72	1.91
22		2019	0.06	0.72	1.50
23		2020	0.06	0.72	1.25
24		2021	0.06	0.72	1.07
25		2022	0.06	0.72	0.95
26	AUTO	2018	0.13	0.69	0.63
27		2019	0.13	0.69	0.51
28		2020	0.13	0.69	0.48
29		2021	0.13	0.69	0.47
30		2022	0.13	0.69	0.54
31	BELL	2018	0.20	0.68	1.08
32		2019	0.20	0.68	2.72
33		2020	0.20	0.68	4.49
34		2021	0.20	0.68	4.07
35		2022	0.24	0.68	4.10

36	CAMP	2018	0.19	0.69	2.30
37		2019	0.19	0.69	2.35
38		2020	0.20	0.69	1.85
39		2021	0.24	0.69	1.66
40		2022	0.27	0.69	1.91
41	CINT	2018	0.27	0.65	0.73
42		2019	0.29	0.63	0.78
43		2020	0.27	0.63	0.63
44		2021	0.27	0.63	0.72
45		2022	0.29	0.63	0.69
46	CLEO	2018	0.15	0.66	5.36
47		2019	0.16	0.66	8.53
48		2020	0.18	0.66	6.71
49		2021	0.18	0.66	5.63
50		2022	0.25	0.66	5.62
51	CPIN	2018	0.18	0.68	3.14
52		2019	0.18	0.68	5.10
53		2020	0.18	0.68	4.58
54		2021	0.18	0.68	3.88
55		2022	0.19	0.68	3.52
56	DPNS	2018	0.22	0.72	0.38
57		2019	0.23	0.72	0.30
58		2020	0.23	0.72	0.32
59		2021	0.23	0.72	0.42
60		2022	0.27	0.72	0.40
61	DVLA	2018	0.09	0.72	1.80
62		2019	0.09	0.72	1.93
63		2020	0.11	0.72	2.04
64		2021	0.11	0.72	2.21
65		2022	0.15	0.72	1.89
66	HMSP	2018	0.14	0.74	12.20
67		2019	0.11	0.74	6.85
68		2020	0.11	0.74	5.79
69		2021	0.11	0.74	5.21
70		2022	0.11	0.74	4.70
71	HOKI	2018	0.11	0.72	3.05
72		2019	0.11	0.72	3.48
73		2020	0.15	0.72	2.76
74		2021	0.15	0.72	3.33

75		2022	0.15	0.72	3.36
76	ICBP	2018	0.13	0.72	5.37
77		2019	0.13	0.72	4.88
78		2020	0.13	0.72	2.20
79		2021	0.13	0.72	1.85
80		2022	0.13	0.72	2.03
81	IGAR	2018	0.16	0.65	0.77
82		2019	0.16	0.65	0.62
83		2020	0.16	0.65	0.58
84		2021	0.22	0.65	0.62
85		2022	0.25	0.65	0.58
86	INAF	2018	0.22	0.69	40.56
87		2019	0.24	0.69	39.90
88		2020	0.24	0.69	38.17
89		2021	0.24	0.69	14.51
90		2022	0.28	0.69	41.28
91	INAI	2018	0.15	0.68	0.85
92		2019	0.15	0.68	0.87
93		2020	0.15	0.68	0.66
94		2021	0.15	0.68	0.48
95		2022	0.15	0.68	0.56
96	INDF	2018	0.09	0.66	1.31
97		2019	0.09	0.66	1.28
98		2020	0.09	0.66	0.76
99		2021	0.09	0.66	0.64
100		2022	0.09	0.66	0.63
101	INDS	2018	0.14	0.66	0.66
102		2019	0.14	0.66	0.59
103		2020	0.14	0.66	0.51
104		2021	0.14	0.66	0.46
105		2022	0.14	0.66	0.43
106	INTP	2018	0.06	0.66	2.92
107		2019	0.06	0.66	3.03
108		2020	0.06	0.66	2.40
109		2021	0.06	0.66	2.08
110		2022	0.06	0.66	1.74
111	JECC	2018	0.22	0.68	1.42
112		2019	0.23	0.68	1.23
113		2020	0.23	0.68	1.15

114		2021	0.23	0.68	1.31
115		2022	0.27	0.68	1.00
116	KAEF	2018	0.15	0.71	3.48
117		2019	0.15	0.71	0.94
118		2020	0.15	0.71	3.32
119		2021	0.15	0.71	1.86
120		2022	0.15	0.71	0.64
121	KINO	2018	0.09	0.66	1.83
122		2019	0.09	0.66	1.81
123		2020	0.09	0.66	1.51
124		2021	0.09	0.66	1.08
125		2022	0.09	0.66	1.43
126	KLBF	2018	0.15	0.66	4.66
127		2019	0.15	0.66	4.55
128		2020	0.15	0.66	3.80
129		2021	0.15	0.66	3.56
130		2022	0.15	0.66	4.43
131	LION	2018	0.08	0.65	0.74
132		2019	0.08	0.65	0.52
133		2020	0.08	0.65	0.41
134		2021	0.08	0.65	0.38
135		2022	0.09	0.65	0.93
136	LMPI	2018	0.13	0.65	0.44
137		2019	0.13	0.65	0.31
138		2020	0.13	0.65	0.35
139		2021	0.13	0.65	0.86
140		2022	0.13	0.65	0.57
141	LMSH	2018	0.22	0.66	0.42
142		2019	0.23	0.66	0.40
143		2020	0.23	0.66	0.37
144		2021	0.23	0.66	0.62
145		2022	0.27	0.66	0.53
146	MAIN	2018	0.16	0.66	1.65
147		2019	0.16	0.66	1.11
148		2020	0.16	0.66	0.84
149		2021	0.16	0.66	0.81
150		2022	0.16	0.66	0.75
151	MDKI	2018	0.09	0.65	0.82
152		2019	0.09	0.65	0.60

153		2020	0.09	0.65	0.66
154		2021	0.09	0.65	0.57
155		2022	0.09	0.65	0.50
156	MLIA	2018	0.14	0.69	0.68
157		2019	0.14	0.69	0.65
158		2020	0.14	0.69	0.27
159		2021	0.14	0.69	0.84
160		2022	0.14	0.69	0.77
161	MYOR	2018	0.06	0.71	5.88
162		2019	0.06	0.71	4.40
163		2020	0.06	0.71	4.68
164		2021	0.06	0.71	4.02
165		2022	0.06	0.71	4.36
166	PBID	2018	0.13	0.71	1.40
167		2019	0.13	0.71	1.10
168		2020	0.13	0.71	1.39
169		2021	0.13	0.71	1.31
170		2022	0.13	0.71	1.21
171	PEHA	2018	0.22	0.68	2.99
172		2019	0.28	0.68	1.10
173		2020	0.28	0.68	1.92
174		2021	0.28	0.68	1.25
175		2022	0.32	0.68	0.75
176	PRAS	2018	0.15	0.66	0.18
177		2019	0.15	0.66	0.15
178		2020	0.15	0.66	0.16
179		2021	0.15	0.66	0.37
180		2022	0.15	0.66	0.28
181	RMBA	2018	0.09	0.66	1.36
182		2019	0.09	0.66	1.43
183		2020	0.09	0.66	2.14
184		2021	0.09	0.66	1.90
185		2022	0.09	0.66	1.64
186	SMBR	2018	0.14	0.66	5.00
187		2019	0.14	0.66	1.26
188		2020	0.14	0.66	3.59
189		2021	0.14	0.66	2.05
190		2022	0.14	0.66	1.24
191	SMCB	2018	0.06	0.65	2.25

192		2019	0.06	0.65	1.29
193		2020	0.06	0.65	1.46
194		2021	0.06	0.65	1.36
195		2022	0.06	0.65	1.08
196	SMGR	2018	0.13	0.65	2.09
197		2019	0.13	0.65	2.10
198		2020	0.13	0.65	1.90
199		2021	0.13	0.65	1.00
200		2022	0.13	0.65	0.94
201	SMSM	2018	0.25	0.66	3.75
202		2019	0.25	0.66	3.51
203		2020	0.25	0.66	3.01
204		2021	0.28	0.66	2.69
205		2022	0.25	0.66	2.66
206	STAR	2018	0.16	0.66	0.84
207		2019	0.16	0.66	1.50
208		2020	0.22	0.66	1.03
209		2021	0.25	0.66	1.41
210		2022	0.25	0.66	1.29
211	ULTJ	2018	0.25	0.66	3.27
212		2019	0.29	0.66	3.43
213		2020	0.16	0.66	3.48
214		2021	0.16	0.66	3.09
215		2022	0.16	0.66	2.38
216	UNVR	2018	0.18	0.66	23.46
217		2019	0.16	0.66	30.34
218		2020	0.10	0.66	56.80
219		2021	0.22	0.66	36.29
220		2022	0.25	0.66	44.86
221	VOKS	2018	0.25	0.66	1.35
222		2019	0.25	0.66	1.51
223		2020	0.29	0.66	0.88
224		2021	0.16	0.66	0.83
225		2022	0.19	0.66	0.80
226	WIIM	2018	0.16	0.66	0.29
227		2019	0.16	0.66	0.34
228		2020	0.16	0.66	0.96
229		2021	0.09	0.66	0.68
230		2022	0.11	0.66	0.88

231	WOOD	2018	0.30	0.66	1.58
232		2019	0.20	0.66	1.60
233		2020	0.22	0.66	1.17
234		2021	0.19	0.66	1.41
235		2022	0.19	0.66	0.61
236	WSBP	2018	0.29	0.69	1.02
237		2019	0.19	0.69	1.35
238		2020	0.19	0.69	-4.04
239		2021	0.19	0.69	-1.08
240		2022	0.22	0.69	-1.19



Lampiran 5 Hasil Output Pengujian SPSS

A. Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	240	.06	.32	.1593	.06440
Transparansi	240	.63	.74	.6765	.02644
Nilai Perusahaan	240	-4.04	56.80	3.2361	7.52797
Valid N (listwise)	240				

B. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas Sebelum Casewise

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		240
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	7.44923609
Most Extreme Differences	Absolute	.303
	Positive	.303
	Negative	-.245
Test Statistic		.303
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

2. Uji Casewise

Casewise Diagnostics^a

Case Number	Std. Residual	Nilai Perusahaan	Predicted Value	Residual
86	4.835	40.56	4.3895	36.17045
87	4.704	39.90	4.7102	35.18983
88	4.473	38.17	4.7102	33.45983
90	4.803	41.28	5.3514	35.92858
216	2.689	23.46	3.3481	20.11188
217	3.651	30.34	3.0275	27.31250
218	7.317	56.80	2.0656	54.73438
219	4.318	36.29	3.9894	32.30063
220	5.399	44.86	4.4703	40.38969

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

3. Uji Normalitas Setelah *Casewise*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		230
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.66619165
Most Extreme Differences	Absolute	.151
	Positive	.151
	Negative	-.101
Test Statistic		.151
Asymp. Sig. (2-tailed)		.209 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

4. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

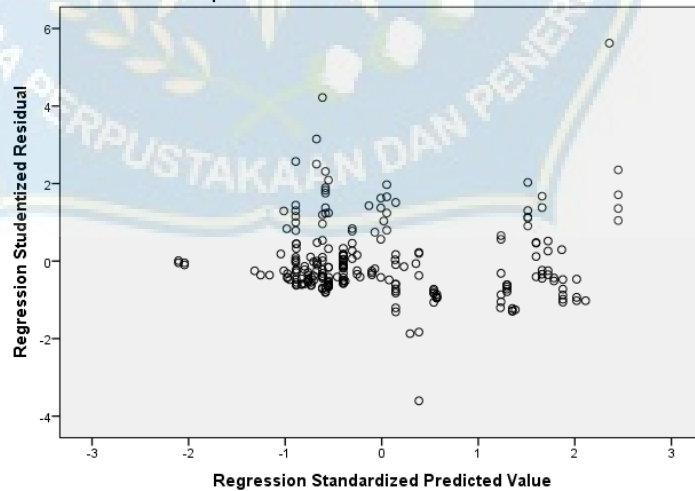
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	CSR	.999	1.001
	Transparansi	.999	1.001

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

5. Uji Heterokedastisitas

Scatterplot

Dependent Variable: Nilai Perusahaan



6. Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.680 ^a	.578	.520	1.67352	1.818

a. Predictors: (Constant), Transparansi, CSR

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

C. Uji *Moredated Regression Analysis*

1. Model I

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.049	.304		6.742	.000
	CSR	.684	.394	.162	1.736	.035

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

2. Model II

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.171	4.110		3.205	.000
	CSR	.237	.110	.246	2.157	.032
	Transparansi	.490	.098	.348	4.977	.000
	CSR*Transparansi	.354	.100	.205	3.549	.003

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

D. Uji Koefisien Determinasi

1. Model I

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.562 ^a	.404	.391	1.73600

a. Predictors: (Constant), CSR

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

2. Model II

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.788 ^a	.683	.671	1.67290

a. Predictors: (Constant), CSR*Transparansi, Transparansi, CSR

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

E. Uji Hipotesis

1. Model I

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.049	.304		6.742	.000
	CSR	.684	.394	.162	1.736	.035

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

2. Model II

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.171	4.110		3.205	.000
	CSR	.237	.110	.246	2.157	.032
	Transparansi	.490	.098	.348	4.977	.000
	CSR*Transparansi	.354	.100	.205	3.549	.003

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Lampiran 6 Dokumentasi

Nilai dU

Cara menentukan nilai dU pada uji autokorelasi

1. Melihat Standar eror 5% (0,05)
2. Menentukan nilai K
K = variabel independen
= 2
3. Menentukan nilai n
n = jumlah sampel
= 230
Sehingga nilai dU = 1,792

T	K	dL	dU
220.	21.	1.58503	1.97935
230.	2.	1.77525	1.79270
230.	3.	1.76647	1.80154
230.	4.	1.75763	1.81045
230.	5.	1.74873	1.81945
230.	6.	1.73977	1.82854
230.	7.	1.73075	1.83771
230.	8.	1.72168	1.84697
230.	9.	1.71254	1.85632
230.	10.	1.70335	1.86574
230.	11.	1.69410	1.87524
230.	12.	1.68479	1.88483
230.	13.	1.67544	1.89450
230.	14.	1.66602	1.90424
230.	15.	1.65655	1.91407
230.	16.	1.64703	1.92398
230.	17.	1.63746	1.93397
230.	18.	1.62784	1.94403
230.	19.	1.61816	1.95417
230.	20.	1.60844	1.96439
230.	21.	1.59868	1.97467

T-Tabel

Cara menentukan nilai t-tabel pada uji parsial

1. Melihat Standar eror 5% (0,05), pada uji satu arah, karena hipotesis yang dirumuskan sudah diketahui arahnya yaitu positif.
2. Menentukan nilai DF

$$Df = \text{Jumlah sampel} - \text{variabel independen} - 1$$

$$= 230 - 3 - 1$$

$$= 226$$

Sehingga nilai t-tabel = 1,651

α	0.1	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0025	0.001
df							
210	1.285596	1.652142	1.971325	2.344236	2.599443	2.837000	3.129493
211	1.285577	1.652107	1.971271	2.344150	2.599330	2.836856	3.129305
212	1.285558	1.652073	1.971217	2.344066	2.599218	2.836714	3.129118
213	1.285539	1.652039	1.971164	2.343982	2.599108	2.836574	3.128934
214	1.285520	1.652005	1.971111	2.343899	2.598998	2.836434	3.128751
215	1.285502	1.651972	1.971059	2.343817	2.598889	2.836296	3.128570
216	1.285483	1.651939	1.971007	2.343735	2.598782	2.836159	3.128390
217	1.285465	1.651906	1.970956	2.343655	2.598675	2.836024	3.128212
218	1.285447	1.651873	1.970906	2.343575	2.598569	2.835890	3.128036
219	1.285429	1.651841	1.970855	2.343496	2.598465	2.835757	3.127862
220	1.285411	1.651809	1.970806	2.343417	2.598361	2.835625	3.127689
221	1.285394	1.651778	1.970756	2.343339	2.598258	2.835494	3.127517
222	1.285377	1.651746	1.970707	2.343262	2.598156	2.835365	3.127347
223	1.285359	1.651715	1.970659	2.343186	2.598055	2.835237	3.127179
224	1.285342	1.651685	1.970611	2.343110	2.597955	2.835110	3.127013
225	1.285325	1.651654	1.970563	2.343035	2.597856	2.834984	3.126847
226	1.285309	1.651624	1.970516	2.342961	2.597758	2.834859	3.126684
227	1.285292	1.651594	1.970470	2.342887	2.597661	2.834735	3.126521
228	1.285276	1.651564	1.970423	2.342814	2.597564	2.834613	3.126360
229	1.285259	1.651535	1.970377	2.342742	2.597468	2.834491	3.126201
230	1.285243	1.651506	1.970332	2.342670	2.597374	2.834371	3.126043
231	1.285227	1.651477	1.970287	2.342599	2.597280	2.834251	3.125886
232	1.285211	1.651448	1.970242	2.342528	2.597186	2.834133	3.125731
233	1.285196	1.651420	1.970198	2.342458	2.597094	2.834016	3.125577
234	1.285180	1.651391	1.970154	2.342389	2.597002	2.833899	3.125424
235	1.285164	1.651364	1.970110	2.342320	2.596912	2.833784	3.125273
236	1.285149	1.651336	1.970067	2.342252	2.596822	2.833670	3.125123
237	1.285134	1.651308	1.970024	2.342185	2.596732	2.833556	3.124974
238	1.285119	1.651281	1.969982	2.342118	2.596644	2.833444	3.124827
239	1.285104	1.651254	1.969939	2.342051	2.596556	2.833332	3.124681
240	1.285089	1.651227	1.969898	2.341985	2.596469	2.833222	3.124536

Lampiran 7 Surat Balasan Penelitian


UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
GALERI INVESTASI BEI UNISMUH MAKASSAR
 Gedung Menara IQRA Lt.2, Jl. Sultan Alauddin No. 259
 Makassar – 90221 Telp. (0411) 866972, Faxmille (0411) 865588;
 Mobile +62852-1112-2153 Email: galeriinvestasibei.unismuh@gmail.com

**GALERI INVESTASI
BEI-UNISMUH MAKASSAR**

Makassar, 03 Februari 2023 M
12 Rajab 1444 H

Nomor : 010/GI-U/II/2023
Hal : Jawaban Permohonan Penelitian

Kepada Yth.,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar
Di

Tempat

Assalamu'alaikum Wr Wb

Sehubungan dengan surat dari Lembaga Penelitian Pengembangan Dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Nomor 304/05/C.4-VIII/II/1444/2023. Maka bersama ini disampaikan, hal-hal sebagai berikut:

1. Bahwa Galeri Investasi BEI-Unismuh Makassar bersedia untuk memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk melakukan penelitian:

Nama	: Marya Ulfa
Stambuk	: 105731125518
Program Studi	: Akuntansi
Judul Penelitian	: “Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Transparansi Perusahaan (Studi Kasus Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia)”
2. Agar memahami prosedur Trading di BEI, maka peneliti diwajibkan membuka RDN di GI BEI Unismuh Makassar.

Demikian jawaban kami, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Fastabiquil khaerat,

Pembina
Galeri Investasi BEI-Unismuh Makassar


Dr. A. Ifayani Haanurat, MM, CBC[®]
NBM: 857 606

Lampiran 8 Turnitin



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN**

Alamat kantor: Jl.Sultan Alauddin NO.259 Makassar 90221 Tlp.(0411) 866972,881593, Fax.(0411) 865588

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

**UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:**

Nama : Marya Ulfa
Nim : 105731125518
Program Studi : Akuntansi

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	8 %	10 %
2	Bab 2	10 %	25 %
3	Bab 3	8 %	10 %
4	Bab 4	10 %	10 %
5	Bab 5	3 %	5%

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Makassar, 08 Mei 2024
Mengetahui

Kepala UPT- Perpustakaan dan Penerbitan,




Nurhidayah N. Huda, M.I.P.
NIM. 963 501

Jl. Sultan Alauddin no 259 makassar 90222
Telepon (0411)866972,881 593, fax (0411)865 588
Website: www.library.unismuh.ac.id
E-mail : perpustakaan@unismuh.ac.id

Marya Ulfa 105731125518 Bab I

by Tahap Tutup



Submission date: 07-May-2024 09:33AM (UTC+0700)
Submission ID: 2372887363
File name: BAB_I_-_2024-05-07T082544.679.docx (38,04K)
Word count: 1325
Character count: 9265

Marya Ulfa 105731125518 Bab I

ORIGINALITY REPORT

8%	10%	9%	10%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS


PRIMARY SOURCES

1	lib.unnes.ac.id Internet Source	2%
2	repo.undiksha.ac.id Internet Source	2%
3	docplayer.info Internet Source	2%
4	Apricelia Johanis, Indrie Debbie Palandeng, Mirah H. Rogi. "PENGARUH GREEN MARKETING DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA THE BODY SHOP MANADO TOWN SQUARE", Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 2023 Publication	2%

Exclude quotes Off

Exclude bibliography Off

Exclude matches < 2%





Marya Ulfa 105731125518 Bab
II
by Tahap Tutup

Submission date: 07-May-2024 09:34AM (UTC+0700)

Submission ID: 2372888404

File name: BAB_II_-_2024-05-07T082546.160.docx (64.27K)

Word count: 3812

Character count: 26409

arya Ulfa 105731125518 Bab II

ORIGINALITY REPORT

10%

SIMILARITY INDEX

11%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

8%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.unja.ac.id Internet Source	3%
2	repository.iainkudus.ac.id Internet Source	2%
3	digilib.uinkhas.ac.id Internet Source	2%
4	repository-feb.unpak.ac.id Internet Source	2%
5	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	2%

Exclude quotes Off

Exclude bibliography Off

Exclude matches Off

Exclude matches Off

Marya Ulfa 105731125518 Bab
III
by Tahap Tutup

Submission date: 07-May-2024 09:35AM (UTC+0700)
Submission ID: 2372889080
File name: BAB_III_-_2024-05-07T082547.479.docx (44.94K)
Word count: 2575
Character count: 14534

Marya Ulfa 105731125518 Bab III

ORIGINALITY REPORT

8%

SIMILARITY INDEX

8%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

2%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.iain-manado.ac.id Internet Source	3%
2	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	2%
3	ejurnalunsam.id Internet Source	2%
4	ojs.iainbatusangkar.ac.id Internet Source	2%

Exclude quotes Off

Exclude bibliography Off

Exclude matches < 2%



Marya Ulfa 105731125518 Bab
IV
by Tahap Tutup

Submission date: 07-May-2024 09:36AM (UTC+0700)
Submission ID: 2372890133
File name: BAB_IV_-_2024-05-07T082548.646.docx (85.73K)
Word count: 3819
Character count: 24949

Marya Ulfa 105731125518 Bab IV

ORIGINALITY REPORT

10%	11%	4%	5%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	3%
2	eprints.perbanas.ac.id Internet Source	2%
3	journals.unikal.ac.id Internet Source	2%
4	repository.upiypk.ac.id Internet Source	2%
5	jurnal.unimed.ac.id Internet Source	2%

Exclude quotes Off

Exclude bibliography Off

Exclude matches Off

2%

Marya Ulfa 105731125518 Bab

V

by Tahap Tutup

Submission date: 07-May-2024 09:37AM (UTC+0700)

Submission ID: 2372890573

File name: BAB_V_-_2024-05-07T082550.029.docx (16.21K)

Word count: 312

Character count: 2255

Marya Ulfa 105731125518 Bab V

ORIGINALITY REPORT

3%

SIMILARITY INDEX

3%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

3%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

Submitted to Universitas Pelita Harapan
Student Paper

3%



Exclude quotes Off
Exclude bibliography Off

Exclude matches < 2%



BIOGRAFI PENULIS



Marya Ulfa, panggilan Marya lahir di Latimpa 27 Maret 1999 dari pasangan suami istri, Bapak Abidin dan Ibu Hamsinah. Peneliti adalah anak kedua dari dua bersaudara. Peneliti sekarang bertempat tinggal di Latimpa, Desa Madello, Kecamatan Balusu Kabupaten Barru, Sulawesi Selatan. Pendidikan yang ditempuh oleh peneliti yaitu SDN Sanrege lulus tahun 2012, MTsN Mangempang Barru lulus tahun 2015, SMK Negeri 1 Barru lulus tahun 2018, dan mulai tahun 2018 mengikuti Program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Progm Studi Akuntansi Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar sampai dengan sekarang. Sampai dengan penulisan skripsi ini peneliti masih terdaftar sebagai mahasiswa Program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Makassar.