



**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI  
PERUSAHAAN DAN VOLUME PERDAGANGAN**

(Studi pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di  
Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2017-2020)

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi

Oleh

**Larangan Wildan Tanzul Fikri**  
**NPM. 21721082260**



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
MALANG  
2022**

## ABSTRAKSI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dan volume perdagangan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode tahun 2017 sampai dengan tahun 2020. Sampel yang digunakan adalah 13 sampel perusahaan yang memenuhi kriteria subjek penelitian pada tahun 2021.

Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier sederhana, uji normalitas, analisis statistik deskriptif, dan pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan volume perdagangan.

Kata kunci: *Corporate Social Responsibility*, Nilai Perusahaan, Volume Perdagangan





## ABSTRACT

*The purpose of this study was to determine the effect of Corporate Social Responsibility on company value and the trading volume. The population in this study were all manufacture company food and drink sub sector that listed on IDX for the period 2017 until 2020. The sample used was 13 company samples that met the criteria for the research subject in 2021.*

*The analytical method used was simple linear regression, normality test, descriptive statistical analysis, and hypothesis testing. The results of the study indicate that Corporate Social Responsibility affect company value and the trading volume.*

**Keywords:** *Corporate Social Responsibility, Company Value, and Trading Volume*



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Pembangunan suatu negara merupakan tanggung jawab setiap masyarakat negara, bukan hanya pemerintahan saja yang menjaga pembangunan negara agar meningkat melainkan semua berperan dalam aspek peningkatan, baik dalam kesejahteraan social maupun kesejahteraan ekonomi. Kondisi yang tidak terduga seperti terjadinya kemiskinan yang mulai meningkat, menurunnya kesehatan masyarakat, dan pandemic Covid-19 merupakan tuntutan dan ajakan kepada perusahaan untuk meningkatkan tanggung jawab sosialnya kepada seluruh *stakeholder* yang terkait. *Stakeholder* yang terdiri dari karyawan, pemerintah, investor, konsumen, pemasok dan masyarakat memicu kesadaran perusahaan untuk mengurangi dampak yang terjadi dengan menggunakan *Corporate Social Responsibility (CSR)*, (Ginting, 2019).

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)*, *CSR* didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun pembangunan. Kegiatan *CSR* berlandaskan pada triple bottom line, yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan. Sinergi tiga elemen ini merupakan kunci konsep pembangunan berkelanjutan. Pelaksanaan program *CSR* berkelanjutan akan memberikan dampak positif dan manfaat lebih besar baik kepada perusahaan itu

sendiri maupun para *stakeholders* dan akan menciptakan kehidupan masyarakat yang lebih sejahtera dan mandiri. Untuk memenuhi prinsip dasar *CSR* yaitu *accountability* dan *transparency*, maka perusahaan melakukan pengungkapan (Murad, 2020).

Kemauan baik, komitmen dan kepedulian dunia usaha untuk menyisihkan dana untuk aktivitas *CSR* secara berkelanjutan sebenarnya juga akan mendatangkan sejumlah manfaat bagi dunia bisnis itu sendiri, yaitu: produk semakin disukai oleh konsumen dan perusahaan diminati oleh investor, *Corporate Social Responsibility* dapat di gunakan sebagai alat marketing baru bagi perusahaan bila itu dilaksanakan berkelanjutan dan citra perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen makin tinggi. (Hadi, 2011). Loyalitas konsumen yang semakin tinggi bisa membuat penjualan akan semakin meningkat, laju penjualan yang semakin meningkat akan membuat perubahan pada laba rugi perusahaan.

Nilai perusahaan adalah sangat penting karena nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, karena dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham yang tinggi pula. (Bringham dan Gapensi, 1996)

Nilai perusahaan adalah sebuah nilai yang menunjukkan cerminan dari ekuitas dan nilai buku perusahaan, baik berupa nilai pasar ekuitas, nilai buku dari total utang dan nilai buku dari total ekuitas. Nilai perusahaan yang tinggi dapat membuat *stakeholder* percaya bahwa tidak hanya pada kinerja perusahaan saja tetapi juga prospek perusahaan dimasa depan. Maka dari itu tujuan utama dari pendirian sebuah

perusahaan menurut theory of the firm adalah untuk memaksimalkan kekayaan atau nilai perusahaan (*value of the firm*) (Apriwenni, 2020:44). Nilai perusahaan dapat tercermin dari harga sahamnya, apabila nilai sahamnya tinggi bisa dikatakan nilai perusahaannya juga baik. Oleh karena itu untuk menarik minat investor maka perusahaan perlu untuk melakukan pengungkapan *CSR* sebagai bentuk informasi yang bermanfaat untuk keputusan investasi (Rika, 2019).

Dalam Vijaya, (2015) salah satu faktor yang banyak dipertimbangkan dalam memprediksi harga adalah volume perdagangan saham. Volume merupakan alat ukur dari kuantitas saham yang mengubah kepemilikannya dengan menjual atau membeli sekuritas. Jumlah volume harian sekuritas dapat berfluktuasi tergantung pada jumlah informasi baru yang tersedia tentang perusahaan. Dari beberapa banyak elemen yang mempengaruhi volume perdagangan saham, salah satu yang paling berpengaruh pada penilaian fundamental dari sekuritas yaitu ketersediaan informasi baru. Penyediaan informasi dari perusahaan dapat dilakukan melalui pelaporan atau pengungkapan biaya tanggungjawab sosial dengan cara menyajikannya ke dalam laporan keuangan triwulan, semester dan tahunan. Perubahan volume perdagangan saham ini dapat menunjukkan aktivitas perdagangan saham yang mencerminkan keputusan investasi investor.

Perubahan sifat *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang semula bersifat sukarela dari perusahaan menjadi kewajiban bagi perusahaan sesuai dalam Undang Undang Perseroan Terbatas (UUPT) nomor 40 Tahun 2007 merupakan perkembangan yang signifikan untuk kesejahteraan sosial maupun ekonomi Negara



Indonesia apalagi masih ada perusahaan yang masih mengeksploitasi dengan memanfaatkan sumber daya alam dan manusia secara berlebihan, *CSR* ditegaskan untuk meredam konflik yang sering terjadi akibat masyarakat dengan perusahaan sehingga harus bisa menyeimbangkan input dan output dari perusahaan ke lingkungannya.

Sebagaimana dengan dasar uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dan Volume Perdagangan (Studi pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2017-2020).**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka menjadi pokok permasalahan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap volume perdagangan?

## 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan

1. Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.



2. Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap volume perdagangan.

#### Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dan volume perdagangan, perusahaan serta juga diharapkan sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat dijadikan pengetahuan baru tentang pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dan volume perdagangan.

- b. Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat dijadikan pembelajaran bagi akademisi tentang pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dan volume perdagangan.

- c. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat membantu manajemen perusahaan tentang pentingnya mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dan volume perdagangan.



## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti kesimpulan yang didapatkan adalah sebagai berikut:

1. Secara simultan variabel *Corporate Social Responsibility* (X) berpengaruh terhadap variabel Nilai Perusahaan (Y1)
2. Secara simultan variabel *Corporate Social Responsibility* (X) berpengaruh terhadap variabel Volume Perdagangan (Y2)
3. Secara parsial variabel *Corporate Social Responsibility* (X) berpengaruh negatif terhadap variabel Nilai Perusahaan (Y1)
4. Secara parsial variabel *Corporate Social Responsibility* (X) berpengaruh terhadap variabel Volume Perdagangan (Y2)

#### 5.2 Keterbatasan

Penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan sesuai dengan prosedur, namun demikian, penelitian ini masih ada beberapa keterbatasan antara lain:

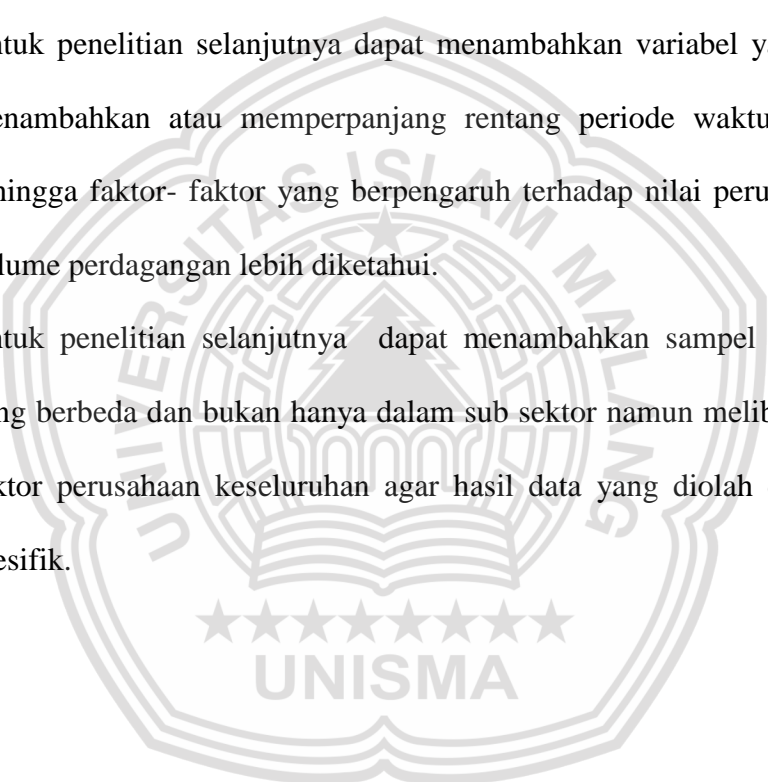
1. Variabel-variabel yang bisa digunakan untuk mengetahui pengaruh terhadap nilai perusahaan dan volume perdagangan ada banyak, namun dalam penelitian ini hanya satu variabel yang digunakan yaitu, variabel independen: *Corporate Social Responsibility*; serta dua variabel dependen, yaitu nilai perusahaan dan volume perdagangan

2. Sampel yang digunakan hanya perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman.

### 5.3 **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan simpulan yang telah diambil oleh peneliti, saran yang dapat diajukan oleh peneliti untuk menanggapi keterbatasan adalah sebagai berikut:

1. Untuk penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel yang terkait, menambahkan atau memperpanjang rentang periode waktu penelitian sehingga faktor- faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan volume perdagangan lebih diketahui.
2. Untuk penelitian selanjutnya dapat menambahkan sampel perusahaan yang berbeda dan bukan hanya dalam sub sektor namun melibatkan jenis sektor perusahaan keseluruhan agar hasil data yang diolah dapat lebih spesifik.



## DAFTAR PUSTAKA

- Almilia, L. S & Retrinasari, I. 2007. Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Kelengkapan Pengungkapan Dalam Laporan Tahunan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEJ. Proceeding Seminar Nasional
- Agustina, Silviana, 2013. Pengaruh Profitabilitas dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* Terhadap Nilai Perusahaan. Skripsi. Padang: Universitas Negeri Padang.
- Bandi Dan Hartono Jogiyanto. 1999. Perilaku Reaksi Harga Dan Volume Perdagangan Saham Terhadap Pengumuman Dividen . Simposium Nasional Akuntansi II Unibraw
- Ghozali. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Godfrey, Jayne et al. 2010. Accounting Theory Seventh Edition. John Wiley Sons Australia Ltd.
- Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Hakim, Abdur Rahman. 2019. PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DISCLOSURE TERHADAP VOLUME PERDAGANGAN SAHAM STUDI PADA PERUSAHAAN PERTANIAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA
- Herawaty, Vinola. 2008. Peran Praktek Corporate Governance Sebagai Moderating Variable Dari Pengaruh Earnings Management Terhadap Nilai Perusahaan
- <https://www.globalreporting.org/how-to-use-the-gri-standards/gri-standards-bahasa-indonesia-translations/>
- Husnan, Saud dan Pudjiastuti, Enny, 2006. Dasar-Dasar Manajemen Keuangan. Edisi Kelima. Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Jensen, Michael C, dan W.H. Meckling. 1976. Theory of The Firm: Managerial Behaviour, Agency Cost and Ownership Structure. Journal of Financial Economics 3. hal. 305-360.
- Nasution, Latif, Zubaidah, dkk. 2015. Pengaruh Volume Perdagangan Saham, Frekuensi Perdagangan Saham, Volatilitas Harga Saham, dan Kapitalsiasi Pasar Terhadap Return Saham Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. Jurnal Riset Mahasiswa, Volume XX; 20



- Nugrahanti, Widi, Yeterina, dan Astuti, Christina, Widhi. 2015. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Reaksi Pasar. *Jurnal Dinamika Akuntansi, Keuangan dan Perbankan*. Volume IV; 90-105.
- Nurlela dan Islahudin. 2008. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen.
- Pohan, Hotman Tohir, Noor, Ice Nasyirah dan Bhakti, Fatrya Yudha. 2019. PENGARUH PROFITABILITAS DAN PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Trisakti
- Rahmawati. 2012. Teori Akuntansi Keuangan. Yogyakarta : Graha Ilmu,
- Ratna C. Sari dan Zuhrohtun. 2006. "Keinformatifan Laba Di Pasar Obligasi Dan Saham": Uji Liquidation Option Hypothesis. Dipresentasikan di SMA. 9 Padang.
- Rossje. 2006. Akuntansi Lingkungan, Suatu Perspektif. Weblog
- Saedah, Z. 2015. PENGARUH PENGUNGKAPAN CSR TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATING (Studi pada perusahaan Manufaktur di BEI Periode Tahun 2011-2013)'.  
UNIVERSITAS ISLAM MALANG
- Sayekti, Y. dan L. S. Wondabio. 2007. "Pengaruh CSR Disclosure terhadap Earning Response Coefficient". Simposium Nasional Akuntansi X. Makassar, 26-28 Juli.
- Sembiring, 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung jawab Sosial: Studi Empiris pada Perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta. Paper Presented at the Seminar Nasional Akuntansi, Solo.
- Sembiring, Eddy Rismanda. 2005. Karakteristik Perusahaan Dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial
- Sudana, I. M. (ed.) 2015. Manajemen Keuangan Perusahaan : Teori dan Praktik (Edisi 2). Edisi 2. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.
- Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas



- Wahyudi, Isa. Dan Azheri Busyra. 2008. *Corporate Social Responsibility*. Malang: Setara Press Referensi Website
- Wiyani, W. & A. Wijayanto. 2005. Pengaruh Nilai Tukar Rupiah, Tingkat Suku Bunga Deposito, dan Volume Perdagangan Saham Terhadap Harga Saham. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*. Vol. 9(3): 884-903.
- Yusuf, Muhammad Yasir. 2017. *Islamic Corporate Social Responsibility*. Depok: Kencana.

