

Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial melalui Laman Resmi Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Rivanti Santiara Dewi¹
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Airlangga, Indonesia
Email: rivantisantiara@gmail.com

Erina Sudaryati²
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Airlangga, Indonesia

ABSTRAK

Perkembangan internet di Indonesia pada tahun 2018 cukup pesat. Penggunaan laman resmi perusahaan dapat menjadi media bagi perusahaan untuk mengungkapkan dan menginformasikan tanggung jawab sosial perusahaan kepada para pemangku kepentingan. Perusahaan yang melakukan tanggung jawab sosial perusahaan maka harga saham perusahaan tersebut akan mengalami peningkatan, dalam hal ini peningkatan harga saham merupakan cerminan dari peningkatan nilai perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan pada laman perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dengan sampel penelitian sebanyak 93 perusahaan *high profile industry* yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Hasil penelitian menemukan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan melalui laman resmi perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: CSR; Laman Perusahaan; Nilai Perusahaan; *High Profile industry*.

The Effect of Corporate Social Responsibility Disclosure by Official Website on Firm Value

ABSTRACT

The development of the internet in Indonesia in 2018 is quite rapid. The use of the company's official website can be a medium for companies to disclose and inform the company's social responsibility to stakeholders. Companies that carry out corporate social responsibility, the company's share price will increase, in this case an increase in share price is a reflection of an increase in corporate value. The purpose of this study was to determine whether disclosure of social responsibility carried out on the company website affects the value of the company, with a sample of 93 high profile industry companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2018, with a sampling technique using purposive sampling. The results found that the disclosure of corporate social responsibility made through the company's official website has no effect on the firm value.

Keywords: CSR; Official Website; Firm Value; High Profile Industry.



E-JA
e-Jurnal Akuntansi
e-ISSN 2302-8556

Vol. 30 No. 4
Denpasar, April 2020
Hal. 828-839

Artikel Masuk:
27 November 2019

Tanggal Diterima:
28 Maret 2020

PENDAHULUAN

Beberapa tahun belakangan, internet yang cukup pesat di seluruh dunia. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, pada tahun 2018 penggunaan internet di Indonesia meningkat. Pengguna internet di Indonesia pada tahun 2018 sebanyak 64,8 persen dari jumlah total populasi penduduk di Indonesia. Pada tahun 2018, persentase pertumbuhan pengguna internet mengalami peningkatan sebanyak 10,12 persen dari tahun 2017. Semakin pesatnya perkembangan teknologi internet, maka dapat digunakan dan dimanfaatkan perusahaan untuk mengenalkan perusahaan dan juga untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan. Harmoni (2011) menyatakan bahwa penggunaan internet yang pesat, maka hal ini patut menjadi pertimbangan bagi perusahaan untuk pemanfaatan laman perusahaan dalam hal pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Tanggung jawab sosial perusahaan meliputi kinerja sosial, ekonomi dan lingkungan. Kinerja lingkungan yang mencakup pelestarian lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan dapat menarik perhatian pemegang saham maupun pemangku kepentingan (Pflieger *et al.*, 2005). Menurut Roberts (1992) perusahaan *high profile* adalah perusahaan dengan tingkat sensitivitas lingkungan yang tinggi dan dengan tingkat kompetensi yang ketat, sehingga perusahaan *high profile* menjadi sorotan mengenai aktivitas perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan-perusahaan yang termasuk perusahaan *high profile* lebih banyak melakukan tanggung jawab sosial. Patten (1991) dan Roberts (1992) menyatakan bahwa perusahaan yang termasuk *high profile industry* berhubungan positif dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan-perusahaan tersebut antara lain sektor pertambangan, kimia, hutan, otomotif, dan maskapai penerbangan.

Teori pemangku kepentingan digunakan untuk menjelaskan mengenai keberlangsungan perusahaan berdasarkan dukungan dari para pemangku kepentingan perusahaan. Roberts (1992) menyatakan bahwa untuk menyesuaikan hubungan antara perusahaan dengan pemangku kepentingan maka dapat menggunakan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai alat. penyebaran informasi mengenai aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan. Media yang utama dan penting untuk penyebaran informasi mengenai tanggung jawab sosial perusahaan dapat dilakukan pada laman resmi masing-masing perusahaan Capriotti & Moreno, (2007) dan Yudarwati, (2015). Penelitian sebelumnya telah meneliti bahwa perusahaan secara bertahap telah berubah dalam penyediaan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, sebelumnya dalam laporan tahunan yang berupa laporan kini beralih mengkomunikasikan informasi tanggung jawab sosial perusahaan melalui internet (Bebbington *et al.*, 2014) dan (Lodhia, 2014).

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laman resmi perusahaan dapat menjadi pertimbangan untuk pengambilan keputusan para pemangku kepentingan. Menurut Rinaldi *et al.*, (2014) para pemangku kepentingan menggunakan situs perusahaan untuk memperoleh informasi mengenai praktik maupun kinerja sosial dan lingkungan perusahaan. Nurjannah

et al., (2017) menyatakan bahwa pemangku kepentingan lebih kritis untuk melihat isu dan kegiatan CSR yang dikomunikasikan pada laman resmi.

Salah satu pemangku kepentingan perusahaan adalah investor. Informasi penting yang menjadi pertimbangan bagi calon investor yakni informasi mengenai pengungkapan sosial dan lingkungan Nurdin & Cahyandito, (2006) dan (Zuhroh & Sukmawati, 2003). Tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan atau dapat disebut juga CSR (*Corporate Social Responsibility*). Keuntungan yang diperoleh perusahaan jika mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan adalah dalam segi pendanaan, baik pendanaan dari investor maupun pendanaan dari kreditur. Menurut Patten (1991), investor memutuskan akan berinvestasi, jika perusahaan tersebut mempunyai etika bisnis, praktik terhadap karyawan yang baik, peduli akan dampak lingkungan dan tanggung jawab sosial perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Flammer (2013) menemukan bahwa perusahaan yang mengungkapkan kinerja lingkungan mengalami kenaikan harga saham. Peningkatan harga saham merupakan cermin dari peningkatan nilai perusahaan. Pengambilan keputusan investor untuk berinvestasi pada suatu perusahaan adalah dengan menggunakan nilai perusahaan, dikarenakan nilai perusahaan merupakan indikator bagi pasar untuk menilai perusahaan secara keseluruhan.

Beberapa penelitian terdahulu menguji pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan nilai perusahaan (Tobin's Q). Hasil penelitian Retno & Priantinah (2012) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR memiliki efek positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang sama juga dilakukan oleh (Felmania, 2014) dengan hasil yang menunjukkan bahwa CSR memiliki efek positif pada nilai perusahaan. Kim *et al.*, (2017) menguji pada perusahaan yang terdaftar di Negara China, dan hasilnya CSR berpengaruh terhadap Tobin's Q. Oleh karena itu, perusahaan yang melakukan tanggung jawab sosial maka para stakeholder akan semakin mengenal perusahaan tersebut. Dengan demikian permintaan akan saham perusahaan akan meningkat, sehingga harga saham akan meningkat yang artinya nilai perusahaan juga meningkat.

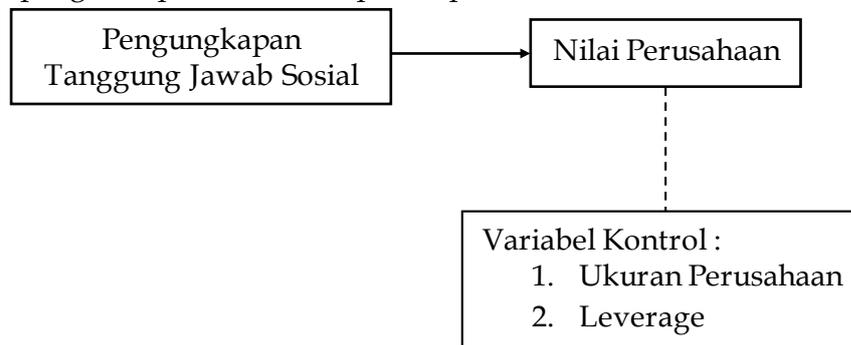
Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Chen *et al.*, (2018) dan Mukhtaruddin *et al.*, (2019), menemukan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, yang mana kinerja keuangan menurun sementara CSR meningkat. Hal ini dapat disebabkan oleh CSR yang membutuhkan pengeluaran yang signifikan dapat menyebabkan kerugian ekonomi jangka pendek. Kegiatan CSR diharapkan memiliki dampak positif, sebagaimana tercermin dalam laba perusahaan dan peningkatan kinerja keuangan. Ketika suatu perusahaan melakukan pengungkapan CSR yang luas, tetapi tingkat profitabilitasnya rendah maka kepercayaan investor cenderung menurun sehingga persepsi investor terhadap perusahaan menjadi lemah.

Pada penelitian-penelitian sebelumnya meneliti pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan menggunakan media laporan tahunan. Felmania (2014) dan Kim *et al.*, (2017) menemukan bahwa pengungkapan CSR mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan Chen *et al.*, (2018) dan Mukhtaruddin *et al.*, (2019) menemukan pengaruh negatif pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian sebelumnya, pada penelitian ini menguji pengungkapan tanggung jawab sosial

perusahaan yang menggunakan laman resmi perusahaan sebagai media pengungkapan terhadap nilai perusahaan. Nilai perusahaan dalam penelitian ini menggunakan tobin's Q sebagai proksi.

Pesatnya penggunaan internet perusahaan dapat menjadi pertimbangan untuk pemanfaatan laman perusahaan dalam hal mengkomunikasikan program CSR (Harmoni, 2011). Pemangku kepentingan lebih kritis untuk melihat isu dan kegiatan CSR yang dikomunikasikan pada *official website* (Nurjannah *et al.*, 2017). Perusahaan yang mengungkapkan kinerja lingkungan mengalami kenaikan harga saham, peningkatan harga saham merupakan cermin dari peningkatan nilai perusahaan (Flammer, 2013). Berdasarkan argumen tersebut maka dapat disimpulkan bahwa perusahaan yang mengkomunikasikan dan mengungkapkan tanggung jawab sosial pada laman resmi perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan.

H₁ : Pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laman perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan



Gambar 1. Model Penelitian

Sumber: Data Penelitian, 2019

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk metode penelitian kuantitatif, dengan jenis penelitian kausalitas. Penelitian kausalitas adalah penelitian mengenai sebab akibat antara dua atau lebih variabel dengan variabel independen sebagai variabel sebab dan variabel dependen sebagai variabel akibat (Silalahi, 2006). Penelitian ini termasuk penelitian kausalitas, karena tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laman resmi terhadap nilai perusahaan. Data yang digunakan merupakan data sekunder, berupa data dari laporan keuangan perusahaan. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan regresi linier berganda, dengan menggunakan SPSS sebagai alat analisis.

Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan yang termasuk *high profile industry* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Perusahaan-perusahaan *high profile* digunakan pada penelitian ini, karena perusahaan yang termasuk *high profile* merupakan perusahaan yang mempunyai tingkat sensitivitas lingkungan yang tinggi. Perusahaan yang termasuk *high profile industries* dalam penelitian ini antara lain adalah perusahaan sektor pertambangan, perusahaan sektor agribisnis, perusahaan sektor industri dasar dan kimia, perusahaan sektor otomotif, dan perusahaan maskapai penerbangan. Teknik pengambilan sampel

menggunakan *purposive sampling* dan diperoleh sebanyak 93 perusahaan. Berikut ini teknik pengambilan sampel yang dilakukan pada penelitian ini :

Tabel 1. Teknik Pengambilan Sampel

Perusahaan <i>High Profile</i> pada tahun 2018	151
Tidak termasuk :	
Melakukan IPO pada tahun 2018	(8)
Perusahaan tidak mengungkapkan CSR di laman resmi perusahaan	(39)
Tidak terdapat laporan keuangan pada Tahun 2018	(10)
Total Sampel	93

Sumber : Data Penelitian, 2019

Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan aplikasi SPSS. Variabel dependen penelitian ini adalah nilai perusahaan. Variabel ini menentukan kinerja keuangan perusahaan yang diukur menggunakan Tobin's Q. Chung & Pruitt (1994) approximate Q didefinisikan sebagai berikut:

$$Tobin's Q = \frac{MVE + PS + DEBT}{TA} \dots\dots\dots(1)$$

Dimana :

- MVE : Harga saham perusahaan dan jumlah saham biasa yang beredar
- PS : Nilai likuidasi saham preferen
- DEBT : Nilai bersih liabilitas jangka pendek perusahaan dari aset jangka pendeknya, ditambah nilai buku hutang jangka panjang perusahaan
- TA : Nilai buku dari total aset perusahaan

Variabel Independen penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Variabel ini menentukan seberapa luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan melalui laman resmi perusahaan. Pengukuran variabel ini mengacu pada penelitian (Chaves *et al.*, 2011). Item luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada penelitian ini berdasarkan GRI 4 sebanyak 91 Item. Tahap pertama adalah memberi nilai pada setiap item dengan tingkat kriteria akan diberi nilai 3 jika informasi yang diberikan relevan dan informatif, nilai 2 jika informasi yang diberikan tidak ada perincian, nilai 1 jika subjek disebutkan tetapi tidak ada informasi yang diberikan, dan 0 jika tidak ada informasi yang diberikan. Tahap kedua setelah penilaian adalah menghitung indeks masing-masing indikator (Ekonomi, Lingkungan, Ketenagakerjaan, Hak Asasi Manusia) menggunakan rumus sebagai berikut (Rumus Pertama):

$$\frac{\text{Jumlah Poin yang diperoleh setiap indikator}}{\text{poin total yang dapat diperoleh setiap indikator}} \times 10 \dots\dots\dots(2)$$

Tahap terakhir adalah menghitung tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial. Masing-masing indikator tidak memiliki jumlah yang sama, untuk itu maka menambahkan indeks secara keseluruhan. Dengan demikian dapat dihitung menggunakan (Rumus Kedua) :

$$\begin{aligned} CSR_{Web} = & (\text{Ekonomi} \times 9,89\%) + (\text{Lingkungan} \times 17,58\%) \\ & + (\text{Hak Asasi Manusia} \times 13,19\%) + (\text{Sosial} \times 12,09\%) \\ & + (\text{produk} \times 9,89\%) \dots\dots\dots(3) \end{aligned}$$

Penelitian ini menggunakan variabel kontrol yang dibuat konstan dengan tujuan agar penelitian tidak dipengaruhi oleh faktor lain selain variabel

independent. Variabel kontrol dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan dan leverage. Ukuran perusahaan untuk menentukan seberapa besar perusahaan tersebut. Semakin besar perusahaan maka semakin dituntut untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan (Waddock & Graves, 1997). Ukuran perusahaan diperoleh dengan cara logaritma dari total asset. Variabel kontrol yang kedua adalah leverage. Semakin tinggi leverage perusahaan, maka perusahaan berupaya meningkatkan citra baik dengan cara melakukan tanggung jawab sosial perusahaan. Leverage diperoleh dengan cara menghitung *debt to equity ratio*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Nilai rata-rata, nilai maksimum, nilai minimum dan nilai standard deviasi dari nilai perusahaan, indeks pengungkapan keberlanjutan, dan variabel kontrol lainnya dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Nilai Perusahaan	93	-0,19	6496,25	70,9362	673,51682
Web_CSRD	93	0,15	5,53	0,8224	0,70486
Ukuran_Perusahaan	93	20,03	33,47	29,2324	1,82022
Leverage	93	-10,31	19224,78	208,35	1993,35015
Valid N (Listwise)	93				

Sumber : Data Penelitian, 2019

Berdasarkan statistik deskriptif dapat diketahui bahwa variabel nilai perusahaan yang diproksikan dengan menggunakan Tobin's Q memiliki nilai minimum sebesar -0,19 dan nilai maksimum sebesar 6496,25. Perusahaan dengan nilai perusahaan terkecil pada sampel penelitian ini adalah PT Bakrie Sumatera Plantations Tbk. Perusahaan dengan nilai perusahaan terbesar pada penelitian ini adalah PT Toba Bara Sejahtera Tbk. Rata-rata nilai perusahaan sebesar 70,9362 yang berarti nilai Tobin's Q lebih dari 1, maka dapat dikatakan bahwa perusahaan mempunyai potensi memperoleh tingkat return lebih besar.

Variabel Web CSRD pada penelitian ini merupakan pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan melalui laman perusahaan. Nilai minimum dari variabel ini sebesar 0,15 dan nilai maksimum sebesar 5,53. Perusahaan yang paling luas mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan melalui laman resmi perusahaan adalah PT Aneka Tambang Tbk. Pada sampel penelitian ini terdapat dua perusahaan yang paling sedikit mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaannya melalui laman resmi, yaitu PT Indo Komoditi Korpora Tbk dan PT Multistrada Arah Sarana Tbk. Nilai rata-rata sebesar 0,8224 menunjukkan bahwa item informasi tanggung jawab sosial perusahaan yang diungkapkan melalui laman perusahaan 82,24% dari semua item informasi yang harus diungkapkan dalam pedoman GRI.

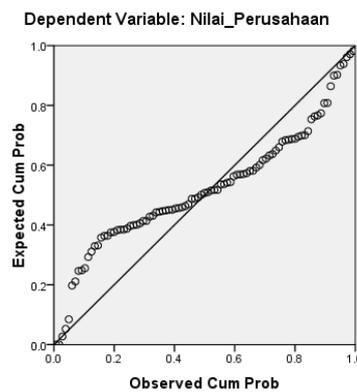
Variabel ukuran perusahaan digunakan sebagai variabel kontrol pada penelitian ini. Perusahaan terkecil pada penelitian ini memiliki nilai ukuran perusahaan sebesar 20,03. Perusahaan tersebut adalah PT Toba Bara Sejahtera Tbk dengan memiliki nilai total aset riil sebesar Rp 501.883.194. Perusahaan terbesar pada penelitian ini adalah PT Astra International Tbk dengan nilai

ukuran perusahaan sebesar 33,47 dan nilai total aset riil sebesar Rp 344.711.000.000.000. Nilai rata-rata pada variabel ukuran perusahaan adalah sebesar 29,2324. Hal ini dapat diartikan bahwa mencerminkan total aset sesungguhnya dalam jumlah Rp 17.661.219.201.555.

Variabel kontrol kedua pada penelitian ini adalah leverage. Nilai leverage terendah sebesar -10,31 dan tertinggi sebesar 19224,78. Perusahaan dengan leverage terendah adalah PT Bakrie Sumatera Plantations Tbk dan perusahaan dengan leverage tertinggi adalah PT Toba Bara Sejahtera Tbk. perusahaan dengan leverage rendah lebih baik daripada perusahaan dengan leverage tinggi, hal ini dikarenakan leverage yang rendah menunjukkan tingkat resiko keuangan yang lebih rendah. Artinya, pada penelitian ini PT Bakrie Sumatera Plantations Tbk memiliki tingkat resiko keuangan yang lebih rendah daripada PT Toba Bara Sejahtera Tbk.

Hasil dari uji normalitas pada penelitian ini ditampilkan pada Gambar 2. sebagai berikut.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 2. Hasil Uji Normalitas

Sumber: Data Penelitian, 2019

Pengujian pertama adalah melakukan uji normalitas. Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk menentukan apakah data berdistribusi normal atau tidak. Hasil pengujian menunjukkan bahwa data berdistribusi normal. Hal ini dapat dilihat dari data yang tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti garis.

Hasil pengujian ANOVA pada penelitian ini disajikan pada Tabel 3. berikut.

Tabel 3. Hasil uji ANOVA

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
1 Regression	4,173	3	1,391	3,659	0,000
Residual	338,405	89	3,802		
Total	4,173	92			

Sumber: Data Penelitian, 2019

Langkah kedua adalah melakukan uji ANOVA. Uji ini bertujuan untuk menentukan apakah layak uji pada model penelitian, dengan tingkat signifikansi 0,05. Hasil menunjukkan signifikansi sebesar 0,000. Artinya model penelitian layak untuk diuji.

Langkah selanjutnya adalah melakukan uji multikolinieritas. Pada Tabel 4. berikut adalah hasil dari pengujian multikolinieritas

Tabel 4. Hasil uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 Web CSRD	0,885	1,130
Ukuran Perusahaan	0,637	1,569
Leverage	0,700	1,429

Sumber: Data Penelitian, 2019

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi pada model regresi. Uji multikolinieritas dapat dilihat dari nilai VIF dan nilai tolerance, jika kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,1 maka tidak terdapat multikolinieritas (Ghozali, 2013). Berdasarkan Tabel 4. nilai VIF untuk setiap variabel adalah kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih besar dari 0,1. Hal ini, berarti model regresi tidak ditemukan adanya multikolinieritas.

Hasil pengujian selanjutnya adalah mengenai pengujian autokorelasi. Hasil uji autokorelasi pada penelitian ini disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	1,000 ^a	1,000	1,000	1,94995	1,944

a. Predictors : (Constant), Leverage, Web CSRD, Ukuran Perusahaan

b. Dependent Variable : Nilai Perusahaan

Sumber: Data Penelitian, 2019

Uji ini dilakukan bertujuan untuk mengidentifikasi apakah terdapat autokorelasi antar variabel. Dikatakan tidak ada autokorelasi jika nilai durbin-watson berada diantara rentang du dan 4-du (Ghozali, 2013). Berdasarkan Tabel 5 nilai durbin-watson pada penelitian ini sebesar 1,944. Model durbin-watson penelitian ini berada pada $1,7295 < d < 2,2705$. Artinya, antar variabel pada penelitian ini tidak terdapat autokorelasi baik positif maupun negatif.

Tabel 6. berikut menyajikan hasil uji regresi linier berganda.

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
Constant	0,215	4,031		0,053	0,958
Web_CSRD	0,187	0,307	0,000	0,610	0,544
Ukuran Perusahaan	0,006	0,140	0,000	0,041	0,967
Leverage	0,338	0,000	1,000	2,771	0,000

Sumber : Data Penelitian, 2019

Berdasarkan Tabel 6. persamaan regresi pada penelitian ini diperoleh sebagai berikut :

$$Y = 0,215 + 0,187 \text{ Web CSRD} + 0,006 \text{ Ukuran perusahaan} + 0,338 \text{ Leverage}$$

Persamaan diatas dapat didefinisikan bahwa, nilai konstanta sebesar 0,215 artinya apabila pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan melalui laman perusahaan (Web CSRD), ukuran perusahaan dan leverage bernilai konstan, maka nilai perusahaan sebesar 0,215.

Nilai koefisien regresi variabel pengungkapan tanggung jawab sosial melalui laman perusahaan sebesar 0,187 artinya ketika pengungkapan tanggung jawab sosial melalui laman perusahaan meningkat sebesar 1, maka nilai perusahaan meningkat sebesar 0,187 satuan dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan. Semakin luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan melalui laman perusahaan maka mencerminkan semakin tinggi nilai perusahaan, dan juga sebaliknya. Peningkatan nilai Web CSRD menunjukkan peningkatan pada nilai perusahaan.

Nilai koefisien regresi variabel ukuran perusahaan sebesar 0,006 memiliki arti bahwa ketika ukuran perusahaan meningkat 1, maka nilai perusahaan meningkat sebesar 0,006 satuan dengan menganggap variabel lain konstan. Semakin besar ukuran perusahaan maka hal ini mencerminkan bahwa semakin tinggi nilai perusahaan, begitu juga sebaliknya. Peningkatan nilai ukuran perusahaan menunjukkan juga peningkatan pada nilai perusahaan.

Nilai koefisien regresi pada variabel leverage sebesar 0,338 dapat diartikan bahwa ketika leverage perusahaan meningkat sebesar 1, maka nilai perusahaan meningkat sebesar 0,338 dengan asumsi bahwa variabel lain konstan. Semakin besar leverage perusahaan maka mencerminkan semakin tinggi nilai perusahaan, sebaliknya. Peningkatan tingkat leverage perusahaan menunjukkan juga peningkatan nilai perusahaan.

Koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk mengukur seberapa jauh model menjelaskan variasi variabel dependen (Ghozali, 2013). Koefisien determinasi disajikan pada Tabel 7. berikut.

Tabel 7. Hasil Uji R Square

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	1,000 ^a	1,000	1,000	1,94995	1,944

a. Predictors : (Constant), Leverage, Web CSRD, Ukuran Perusahaan
 b. Dependent Variable : Nilai Perusahaan

Sumber: Data Penelitian, 2019

Nilai R^2 berada diantara nol dan satu, jika mendekati satu berarti hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2013). Berdasarkan Tabel 7. dapat diketahui bahwa, nilai *adjusted R Square* adalah 1,000. Hal ini dapat diartikan bahwa informasi dari pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan melalui laman perusahaan (Web CSRD), ukuran perusahaan dan leverage dapat memprediksi variabel nilai perusahaan.

Tabel 8. Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
Constant	0,215	4,031		0,053	0,958
Web_CSRD	0,187	0,307	0,000	0,610	0,544
Ukuran Perusahaan	0,006	0,140	0,000	0,041	0,967
Leverage	0,338	0,000	1,000	2,771	0,000

Sumber : Data Penelitian, 2019

Berdasarkan Tabel 8. menunjukkan hasil dari pengujian hipotesis. Pengujian ini untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen dan dependen. Tingkat signifikansi pada penelitian ini sebesar 0,05. Pengujian ini

dilakukan setelah diketahui bahwa data berdistribusi normal dan model penelitian ini layak untuk diuji.

Berdasarkan pengujian hipotesis pada tabel 8. pengungkapan tanggung jawab sosial melalui laman perusahaan menunjukkan nilai signifikansi uji t sebesar 0,544. Nilai signifikansi variabel ini lebih besar dari 0,05. Artinya, hipotesis pada penelitian ini ditolak, dengan demikian pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan melalui laman resmi perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Teori pemangku kepentingan dijelaskan bahwa keberlangsungan perusahaan berdasarkan dukungan dari para pemangku kepentingan. Pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan diharapkan dapat memenuhi kebutuhan informasi untuk para pemangku kepentingan serta guna memperoleh dukungan dari para pemangku kepentingan, hal ini demi keberlangsungan perusahaan. Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Tandry *et al.*, (2014) yang menyatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Selain itu, penelitian ini bertentangan dengan teori pemangku kepentingan, yang telah dijelaskan sebelumnya.

Pada penelitian ini informasi mengenai aktivitas tanggung jawab sosial yang ada di laman resmi perusahaan belum memenuhi kebutuhan informasi untuk para pemangku kepentingan, khususnya para investor. Sehingga investor tidak melakukan pengambilan keputusan mengenai untuk melakukan investasi pada perusahaan tersebut. Selain itu, pengungkapan tanggung jawab sosial yang terdapat di laman resmi perusahaan hanya dapat dilihat dalam jangka waktu yang cukup lama. Artinya pada saat perusahaan melakukan pengungkapan informasi mengenai aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan di laman resmi tersebut, tidak langsung memicu investor untuk berinvestasi pada perusahaan. Oleh karena itu pengungkapan yang dilakukan di laman tidak mempunyai pengaruh pada nilai perusahaan.

Pada variabel kontrol ukuran perusahaan mempunyai nilai t_{hitung} sebesar 0,041 dengan nilai signifikansi sebesar 0,967. Pada variabel ini $t_{hitung} < t_{tabel}$ sehingga ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan tidak signifikan. Artinya, pengambilan keputusan yang dilakukan oleh investor untuk melakukan investasi tidak hanya melihat skala perusahaan.

Variabel kontrol leverage mempunyai t_{hitung} sebesar 2,771 dan signifikan 0,000. Sehingga nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikan $< 0,05$. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini konsisten dengan penelitian Kolsi dan Attayah (2018) dan Nekhili *et al.*, (2017), yang menemukan bahwa pengaruh leverage pada nilai perusahaan yang diukur dengan menggunakan Tobin's Q.

SIMPULAN

Penelitian ini memberikan bukti empiris mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial melalui laman resmi perusahaan. Pada penelitian yang dilakukan pada perusahaan *high profile industries* pada tahun 2018 tidak terbukti bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan dalam laman resmi perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Laman resmi

perusahaan dapat menjadi sarana untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial selain melalui laporan tahunan perusahaan atau laporan keberlanjutan dengan tujuan dapat dilihat oleh para stakeholders lain. Tetapi hal ini tidak termasuk investor, sebab pengungkapan pada laman resmi perusahaan masih belum mendapatkan respon dari investor. Salah satu pertimbangan pengambilan keputusan untuk berinvestasi bagi investor adalah melihat citra baik dari perusahaan. Citra baik perusahaan terlihat dalam hal tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan. Namun investor untuk saat ini masih lebih tertarik melihat tanggung jawab sosial perusahaan yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan daripada yang dilakukan pada laman resmi perusahaan. Selain itu, pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan pada laman resmi hanya dapat dilihat dalam jangka waktu yang cukup lama sehingga tidak dapat langsung memicu investor untuk berinvestasi pada perusahaan. Keterbatasan dalam penelitian ini terletak pada pengukuran pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pemberian nilai pada variabel independent ini masih subjektif, karena berdasarkan asumsi peneliti apakah yang diungkapkan pada laman resmi perusahaan tersebut lengkap atau kurang.

REFERENSI

- Bebbington, J., Unerman, J., & O'DWYER, B. (2014). Introduction to sustainability accounting and accountability. In *Sustainability accounting and accountability* (pp. 21–32). Routledge.
- Capriotti, P., & Moreno, A. (2007). Communicating corporate responsibility through corporate web sites in Spain. *Corporate Communications: An International Journal*, 12(3), 221–237.
- Chaves, R., Mozas, A., Puentes, R., & Bernal, E. (2011). E-corporate social responsibility in socially responsible firms: the case of Spanish firms. *The Service Industries Journal*, 31(12), 2033–2050.
- Chen, Y.-C., Hung, M., & Wang, Y. (2018). The effect of mandatory CSR disclosure on firm profitability and social externalities: Evidence from China. *Journal of Accounting and Economics*, 65(1), 169–190.
- Chung, K. H., & Pruitt, S. W. (1994). A simple approximation of Tobin's q. *Financial Management*, 70–74.
- Felmania, M. (2014). Good Corporate Governance Mechanism, Corporate Social Responsibility Disclosure on Firm Value: Empirical Study on Listed Company in Indonesia Stock Exchange. *International Journal of Finance and Accounting Studies*, 2(1), 1–10.
- Flammer, C. (2013). Corporate social responsibility and shareholder reaction: The environmental awareness of investors. *Academy of Management Journal*, 56(3), 758–781.
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS. *Edisi Ketujuh*. Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Harmoni, A. (2011). Pemanfaatan laman resmi sebagai media pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan/csr pada perusahaan di indonesia. *Business Economics Scientific Journal*, 15(1).
- Kim, D. S., Yeo, E., & Zhang, Y.-A. (2017). *Corporate Governance and Firm Value: The Impact of Chinese Companies' Corporate Social Responsibility*.

- Kolsi, M. C., & Attayah, O. F. (2018). Environmental policy disclosures and sustainable development: Determinants, measure and impact on firm value for ADX listed companies. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(5), 807–818.
- Lodhia, S. (2014). Factors influencing the use of the World Wide Web for sustainability communication: an Australian mining perspective. *Journal of Cleaner Production*, 84, 142–154.
- Mukhtaruddin, M., Ubaidillah, U., Dewi, K., Hakiki, A., & Nopriyanto, N. (2019). Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, Firm Value, and Financial Performance as Moderating Variable. *Indonesian Journal of Sustainability Accounting and Management*, 3(1), 55–64.
- Nekhili, M., Nagati, H., Chtioui, T., & Rebolledo, C. (2017). Corporate social responsibility disclosure and market value: Family versus nonfamily firms. *Journal of Business Research*, 77, 41–52.
- Nuridin, E., & Cahyandito, M. F. (2006). Pengungkapan tema-tema sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan perusahaan terhadap reaksi investor. *Jurnal KLH*, (401), 1, 17.
- Nurjannah, N., Suwatno, S., & Damayanti, W. (2017). Komunikasi Corporate Social Responsibility Pada Official Website Perusahaan Badan Usaha Milik Negara. *Jurnal ASPIKOM*, 3(2), 311–325.
- Patten, D. M. (1991). Exposure, legitimacy, and social disclosure. *Journal of Accounting and Public Policy*, 10(4), 297–308.
- Pflieger, J., Fischer, M., Kupfer, T., & Eyerer, P. (2005). The contribution of life cycle assessment to global sustainability reporting of organizations. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 16(2), 167–179.
- Retno, R. D., & Priantinah, D. (2012). Pengaruh good corporate governance dan pengungkapan corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan (studi empiris pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2007-2010). *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 1(2).
- Rinaldi, L., Unerman, J., & Tilt, C. (2014). The role of stakeholder engagement and dialogue within the sustainability accounting and reporting process. In *Sustainability accounting and accountability* (pp. 104–125). Routledge.
- Roberts, R. W. (1992). Determinants of corporate social responsibility disclosure: An application of stakeholder theory. *Accounting, Organizations and Society*, 17(6), 595–612.
- Silalahi, U. (2006). *Metode penelitian sosial*. Unpar Press.
- Tandry, A. Y., Setiawati, L., & Setiawan, E. (2014). The effect of CSR disclosure to firm value with earning management as moderating variable: case study of non-financing firms listed at Indonesia Stock Exchange. *International Journal of Trade and Global Markets*, 7(3), 190–204.
- Waddock, S. A., & Graves, S. B. (1997). The corporate social performance–financial performance link. *Strategic Management Journal*, 18(4), 303–319.
- Yudarwati, G. A. (2015). the Indonesia bank website interctivity for corporate social responsibility. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 213–234.
- Zuhroh, D., & Sukmawati, I. P. P. H. (2003). Analisis pengaruh luas pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan terhadap reaksi investor. *Simposium Nasional Akuntansi VI*, 1314–1326.